

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SERVQUAL MODELİ İLE ANKARA'DAKİ BİR VAKIF
ÜNİVERSİTESİ'NDE HİZMET KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Yiğitcan AKAL

Ankara-2023

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SERVQUAL MODELİ İLE ANKARA'DAKİ BİR VAKIF
ÜNİVERSİTESİ'NDE HİZMET KALİTESİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Yiğitcan AKAL

Tez Danışmanı

Prof. Dr. M. Mithat ÜNER

Ankara-2023

KABUL VE ONAY

Yiğitcan AKAL tarafından hazırlanan “Servqual Modeli ile Ankara'daki Bir Vakıf Üniversitesi'nde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi” başlıklı bu çalışma, 04/07/2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Programında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Kemal Gürkan KÜÇÜKERGİN (Başkan)

Prof. Dr. M. Mithat ÜNER (Danışman)

Doç. Dr. Oğuzhan YAVUZ (Üye)

Doç. Dr. Şule TUZLUKAYA

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Tarih ve İmza

Yiğitcan AKAL

ÖZ

AKAL, Yiğitcan. Servqual Modeli ile Ankara'daki Bir Vakıf Üniversitesi'nde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2023.

Hizmet kalitesine olan artan önem, hizmet sunan işletme ve kurumların müşteri beklentilerini karşılamak için çalışmalarını artırmasına yol açmaktadır. Bu nedenle, hizmet kalitesinin düzenli aralıklarla ölçülmesi gerekmektedir. Üniversiteler de hizmet işletmeleri olarak faaliyet gösterdiklerinden, öğrencilere yönelik hizmet kalitelerini geliştirme sorumluluğunu taşımaktadırlar.

Bu araştırmanın amacı, bir üniversitenin hizmet kalitesini ölçmek ve iyileştirmek için öneriler sunmaktır. Araştırma, tanımlayıcı nitelikte bir yöntemle yürütülmüştür. Araştırmanın örneklemini Ankara'da bir vakıf üniversitesinin tıp fakültesindeki 200 öğrenci oluşturmuştur. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır ve örnekleme yöntemi kolayda örnekleme olarak belirlenmiştir. SERVQUAL yöntemi kullanılarak beklenen ve algılanan hizmet kalitesi ölçülmüştür. Bulgulara göre, SERVQUAL ölçeği skoru -1,3220 olarak hesaplanmıştır ve SERVQUAL puanları tüm hizmet kalitesi boyutlarında (somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati) negatif değerler sergilemiştir. Üniversitenin öğrencilere sunduğu hizmet kalitesinin, öğrenci beklentilerini karşılamada yetersiz olduğu ve algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinin altında olduğu söylenebilir. Ayrıca, algılanan ve beklenen hizmet kalitesinin öğrencilerin demografik özelliklerinden sadece bursluluk durumu değişkeni için anlamlılık gösterdiği gözlenmiştir. Sonuç olarak, ileriki çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Hizmet, Kalite, Hizmet Kalitesi, Üniversite, Servqual

ABSTRACT

AKAL, Yiğitcan. Assessing Service Quality Using the Servqual Model: A Case Study of a Foundation University in Ankara, Master's Thesis, Ankara, 2023.

The increasing importance of service quality has led service providers and organizations to enhance their efforts in meeting customer expectations. Therefore, regular measurement of service quality is necessary. As universities operate as service businesses, they bear the responsibility of improving service quality for students.

The aim of this research is to measure and provide recommendations for improving the service quality of a university. The study was conducted using a descriptive qualitative method. The sample of the research consisted of 200 students from the medical faculty of a foundation university in Ankara. A survey was used as the data collection method, and convenience sampling was chosen as the sampling method. The SERVQUAL method was employed to measure the expected and perceived service quality. According to the findings, the SERVQUAL scale score was calculated as -1.3220, and the SERVQUAL scores exhibited negative values across all dimensions of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy). It can be concluded that the service quality provided by the university is insufficient in meeting student expectations, and the perceived service quality falls below the expected service quality. Additionally, it was observed that perceived and expected service quality showed significance only for the variable of scholarship status among students' demographic characteristics. Consequently, recommendations are provided for future studies.

Keywords: Service, Quality, Service Quality, University, Servqual

TEŞEKKÜR

Servqual Modeli ile Ankara'daki Bir Vakıf Üniversitesi'nde Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi adlı çalışma, üniversitelerde hizmet kalitesinin gelişmesi açısından önem arz etmektedir.

Bu tez çalışmamda, konumun belirlenmesi sürecinden tezin son aşamasına kadar her konuda bana yardımcı olan ve yönlendiren, her soruma cevap veren, deneyim ve bilgi birikiminden istifade ettiğim tez danışmanım Sayın Prof. Dr. M. Mithat ÜNER'e içtenlikle teşekkürlerimi sunuyorum. Çalışmalarım sürecinde moralimi yüksek tutmama ve motivasyonumu sağlamlaştırmama yardımcı olan eşime, bu süreçte bana ikinci kez baba olma mutluluğu yaşatan kızıma, babalık duygusuyla tanıştıran ilk göz ağrım oğluma, bu yaşıma kadar her zaman yanımda olan anneme, babama ve kardeşime minnettarlığımı ifade etmek isterim.

Son olarak, zamanlarını ayırarak sabırla anket ifadelerini cevaplayarak araştırma sonuçlarının değerlendirilmesine önemli katkıda bulunan, tıp fakültesinde öğrenim gören öğrencilere de çok teşekkür ederim.

Yiğitcan AKAL

Ankara, 2023

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar DİZİNİ	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: HİZMET KAVRAMI.....	1
1.1.Hizmetin Tanımı.....	1
1.2. Hizmetin Özellikleri	2
1.2.1. Dayanıksızlık (Stoklanamama).....	3
1.2.2. Heterojenlik	4
1.2.3. Soyutluk.....	4
1.2.4. Eş zamanlılık	5
1.3. Hizmetin Önemi.....	5
1.4. Hizmetlerin Sınıflandırılması.....	6
1.4.1. Pazarlanan ve pazarlanamayan hizmetler	6
1.4.2. Profesyonel hizmetler	7
1.4.3. Sunum şekli bakımından hizmetler	7
1.4.4. Tüketici katılım düzeyi bakımından hizmetler	7
1.4.5. İstenildiği zamana göre hizmetler.....	8
1.4.6. Tüketici katılım düzeyi bakımından hizmetler	8
1.4.7. Satın alma davranışı açısından hizmetler.....	8
BÖLÜM 2 : HİZMET KALİTESİ	9
2.1. Kalitenin Tarih İçerisindeki Gelişimi.....	9

2.2. Kalite Kavramı	10
2.3. Hizmet Kalitesi.....	11
2.3.1. Hizmet kalitesinin boyutları	13
2.3.2. Hizmet kalitesini etkileyen faktörler.....	14
2.3.2.1. Güvenilirlik	14
2.3.2.2. Heveslilik	15
2.3.2.3. Yeterlilik	15
2.3.2.4. Ulaşabilirlik.....	16
2.3.2.5. Saygı.....	16
2.3.2.6. İletişim	16
2.3.2.7. İnanılrlık.....	17
2.3.2.8. Güvenlik.....	17
2.3.2.9. Empati (Müşteriyi anlayabilmek)	17
2.3.2.10. Fiziksel varlıklar	18
2.3.3. Beklenen ve algılanan hizmet kalitesi	19
2.3.4. Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi.....	20
2.3.5. Hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki.....	20
2.3.6. Hizmet kalitesinin yükseltilmesi için gerekenler.....	22
2.3.7. Hizmet kalitesini artırılmasında karşılaşılan engeller.....	22
2.3.8. Yükseköğretimde hizmet kalitesi	23
2.3.8.1 Yüksek öğretimde kalite tanımı	24
2.3.8.2. Yükseköğretimde toplam kalite yönetimi	25
2.3.8.3. Yükseköğretim kurumlarında beklenen ve algılanan hizmet kalitesi	25
2.3.8.4. Yükseköğretimde beklenen hizmet kalitesi	25
2.3.8.5. Yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesi	26

2.3.8.6. Yükseköğretimde beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin birbirleriyle ilişkisi.....	27
2.4. Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Önemi.....	27
2.5. Hizmet Kalitesiyle İlgili Ortaya Çıkan Ölçüm Modelleri.....	30
2.5.1. Sasser, Olsen ve Wyckoff'un hizmet kalitesi modeli.....	30
2.5.2. Grönroos'un teknik ve fonksiyonel kalite modeli.....	30
2.5.3 Norman'ın hizmet kalitesi modeli.....	31
2.5.4. Cronin ve Taylor'ın servperf modeli.....	31
2.5.5. Lehtinen'in hizmet kalitesi modeli.....	32
2.5.6 Parasuraman, Zeithaml & Berry'nin servqual modeli.....	32
2.5.7.Oliver'ın memnuniyet/ hizmet kalite modeli.....	33
BÖLÜM 3: SERVQUAL ÖLÇÜM MODELİ.....	34
3.1. Servqual Modeli.....	34
3.1.1. Servqual modelinin geliştirilmesi.....	36
3.1.2. Servqual ölçeği soru formu.....	37
3.1.3. Servqual modelinin kullanım amaçları.....	39
3.1.4. Servqual ölçeğine yapılan eleştiriler.....	40
3.2. Hizmet Kalitesi Ölçümüyle İlgili Öncelenen Çalışmalar.....	43
BÖLÜM 4: YÖNTEM VE BULGULAR.....	47
4.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	47
4.2. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı.....	47
4.3. Araştırmanın Yöntemi.....	47
4.3.1. Kuramsal çerçeve.....	47
4.3.2. Veri toplama tekniği.....	48
4.3.3. Verilerin analizi.....	50
4.4.Araştırma Bulguları.....	50

4.4.1. Frekans analizi	50
4.4.2. Güvenilirlik analizi	53
4.4.3. Öğrencilerin üniversiteden beklentileri	54
4.4.4. Öğrencilerin üniversiteden algılamaları.....	58
4.4.5. Faktör analizi	61
4.4.6. Servqual puanının hesaplanması.....	66
4.4.7. Öğrencilerin bursluluk ayırımının servqual kalite puanları açısından karşılaştırılması.....	72
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	77
KAYNAKÇA	86
EK-1 Anket Formu	94
EK-2 Hizmet Kalite Algısı Servqual Ölçeği.....	96
EK-3 Hizmet Kalite Beklentisi Servqual Ölçeği.....	98
EK-4 Hizmet Kalitesi Önem Derecesi Servqual Ölçeği.....	100
EK-5 Etik Kurul Raporu.....	101
EK-6 Anket İzni	102
TURNİTİN RAPORU.....	102
ÖZGEÇMİŞ.....	108

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1: Tarihsel Süreç İçinde Hizmet Tanımları	2
Tablo 2: Fiziksel Ürünler ile Hizmetlerin Farkları.....	3
Tablo 3: Hizmet Kalitesinin Boyutları	13
Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	51
Tablo 5: Katılımcıların Doğum Yılına Göre Dağılımı	51
Tablo 6: Katılımcıların Mezun Oldukları Lise Türüne Göre Dağılımı	52
Tablo 7: Katılımcıların Eğitim Gördükleri Sınıflara Göre Dağılımı	52
Tablo 8: Katılımcıların Bursluluk Durumuna Göre Dağılımı	52
Tablo 9: Katılımcıların Barındıkları Yer Durumuna Göre Dağılımı	53
Tablo 10: Öğrencilerin Üniversiteden Beklentileri.....	55
Tablo 11: Öğrencilerin Üniversiteye İlişkin Algılamaları.....	59
Tablo 12: KMO ve Bartlett Testi.....	62
Tablo 13: Dönüştürülmüş Faktör Matrisi	64
Tablo 14: Her Bir Önermenin Servqual Puanı	68
Tablo 15: Ağırlıklandırılmamış Servqual Puanı.....	69
Tablo 16: Önem Dereceleri	70
Tablo 17: Ağırlıklandırılmış Servqual Puanı	71
Tablo 18: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Karşılaştırma Varyans Analizi	73

Tablo 19: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Güvenilirlik Boyutunun Karşılaştırılması.....	74
--	-----------

Tablo 20: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Heveslilik Boyutunun Karşılaştırılması.....	74
--	-----------

Tablo 21: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Güven Boyutunun Karşılaştırılması.....	75
---	-----------

Tablo 22: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Empati Boyutunun Karşılaştırılması.....	76
--	-----------



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Örneklem Büyüklüğü Hesaplanması.....	49
---	----



GİRİŞ

Dünya genelinde devam eden ilerleme ve değişim süreci, teknolojinin paralel olarak gelişmesiyle birlikte hizmet sektörünün önemini artırmıştır. Bir ülkenin gelişmişlik düzeylerinden biri, eğitim hizmetleri gibi hizmet sektöründe yer alan unsurlara bağlıdır (Özsağır ve Akın, 2012). İnsanlar için her dönemde vazgeçilmez olan kalite, hizmet sunan işletmelerin müşterilerini memnun etmek için büyük bir öneme sahiptir. Üniversiteler, müşterileri olarak öğrenciler için de kalite büyük bir etkiye sahiptir. Eğitim hizmetleri, diğer hizmetler gibi soyut bir niteliğe sahip olup, hizmetin üretim ve tüketiminin bir arada gerçekleşmesi nedeniyle kalitenin standardizasyonu ve değerlendirilmesi zorlu bir sektördür. Hizmet kalitesi üzerine çalışan araştırmacılar, farklı bakış açılarıyla birbirinden farklı modeller ortaya koymuş olsa da tek bir görüş üzerinde anlaşmaya varabilmiş değillerdir. Bununla birlikte, en sık kullanılan hizmet kalite ölçüm yöntemi, Parasuraman ve ekibi tarafından geliştirilen Servqual hizmet kalite ölçüm modelidir (Değermen, 2011). Bu ölçüm modeli, eğitim sektöründeki hizmet kalitesinin ölçülmesine ve eksik alanların belirlenmesine olanak sağlamaktadır (Değermen, 2011).

Bu araştırmada, Ankara’da bulunan bir vakıf üniversitesindeki tıp fakültesi’nde öğrenim gören öğrencilerin, Servqual hizmet ölçüm modeli kullanılarak bekledikleri ve algıladıkları hizmet kalitesini ölçmek, boyutlara göre incelemek ve hizmet kalitesi algılamalarının cinsiyet, yaş, lise türü, sınıf, bursluluk durumu ve barındığı yer gibi faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amaçlanmıştır.

Bu çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, hizmetin tanımı, özellikleri ve sınıflandırılması üzerinde durulmuştur. İkinci bölüm, hizmet kalitesi kavramı, özellikleri ve boyutlarıyla ilgili bilgileri içermektedir. Ayrıca kalite, hizmet kalitesi ve hizmet kalitesinin ölçüm modelleri hakkında da bilgi verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, hizmet kalitesi ölçüm modeli olan Servqual modeli ele alınmıştır. Bu modelin geliştirilmesi, kullanım amacı ve ölçeğe yönelik yapılan eleştiriler açıklanmıştır. Dördüncü bölümde ise uygulama, bulgular, sonuçlar ve öneriler üzerinde durulmuştur.

Bu çalışma, Ankara’da bulunan bir vakıf üniversitesinin tıp fakültesinin hizmet kalitesini artırmada potansiyel bir katkı sağlayabilir. Ayrıca, üniversitenin hedeflediği

hizmet kalitesi seviyelerine ulaşmak için düzenli aralıklarla gerçekleştirilen kalite durum değerlendirmeleri ve somut katkılar da büyük öneme sahiptir.

Bu araştırmada, vakıf yükseköğrenim fakültelerinin hizmet kalitesini iyileştirme süreçlerinde bir model sunmaktadır. Araştırmanın bulguları, benzer niteliklere sahip diğer fakültelerin hizmet kalitesini geliştirmek için temel oluşturabilecek önemli bir kaynak sunmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, vakıf ve kamu üniversitelerinin hizmet kalitesini artırmak için stratejiler geliştirirken dikkate alınabilir. Ayrıca, elde edilen sonuçlar genel anlamda hizmet sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar için de uygulanabilir ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu nedenle, araştırmanın sonuçları benzer kurumlar için bir kılavuz niteliği taşımakta ve hizmet kalitesinin artırılması konusunda önemli bir referans kaynağı olabilmektedir.

BÖLÜM 1: HİZMET KAVRAMI

1.1.Hizmetin Tanımı

Hizmet kavramı oldukça geniş bir kavramdır ve farklı disiplinlerden insanlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu farklı tanımlamaların hizmetin bulunduğu döneme göre şekillendiği, tarihsel süreç içerisinde hizmet anlayışının farklılık gösterdiği ve araştırma yapan bilim insanlarının bağlı bulundukları bilim dalları ile etkilendiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle genel bir hizmet kavramı tanımının olmaması, hizmet kavramının özelliklerinden birisi olarak kabul edilebilir (Zariç ve Yavuz, 2019: 5).

Hizmet tanımı, farklı araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlardan birkaçı şu şekildedir:

Hizmet, belirlenen bir fiyat karşılığında satışa sunulan ve satın alınan malın mülkiyetine ihtiyaç duyulmadan, insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sunulan soyut faaliyetlerin bütünüdür. Bu faaliyetler, fayda ve doyum sağlamayı amaçlar (Perçin ve Bektash, 2018: 3).

Amerikan Pazarlama Birliği, hizmeti başlangıçta "satışa hazır hale getirilen veya malların satılmasıyla birlikte sağlanan eylemler, yararlar veya doyum dereceleri" olarak tanımlamıştır. Ancak daha sonra hizmetin tanımını, mal bağlantılı hizmetler sınıfından çıkararak, "bir malın satışına bağlı kalmaksızın son müşteri ve işletmelere pazarlandığında gereksinim doygunluğu veren ve bağımsız olarak tanımlanabilen eylemlerdir" şeklinde değiştirmiştir (Soğancı, 2012:5).

Hizmet, insanların hayatlarından kaynaklanan ve genellikle somut olmayan insan sorunlarını çözen veya bu sorunların çözümünü kolaylaştıran sistemler, faaliyetler ve faydaların toplamıdır (Dalgıç, 2013: 3).

Hizmetin temel özellikleri, soyutluk, değişkenlik, heterojenlik ve dayanıksızlık, hizmetin üretim ve tüketiminin eş zamanlı gerçekleşmesi ile, hizmetin üretimi, satışı ve tüketicilerin kalite algıları ile tatmin seviyelerini önemli ölçüde etkilendiği bilinmektedir. Hizmetin soyut niteliği, tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirmelerini güçleştirmektedir. Ayrıca, birden fazla durumun ortaya çıkması, hizmetin satın alınması ve kullanılması sırasında tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirmelerini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte, hizmetlerde kalitenin kontrol

edilmesi son derece zordur. Ancak, personel seçimi ve eğitimi ile hizmet kalitesi en azından standart bir seviyeye getirilebilir (Devebakan ve Aksaraylı, 2003: 40).

Yukarıdaki ifadelerden anlaşıldığı üzere, hizmet kavramı için birden fazla tanım mevcut olup araştırmacılar arasında tek bir tanımda anlaşma sağlanamamaktadır. Tabi ki, bu tanımlamalar zaman içindeki hizmet anlayışına göre değişkenlik göstermiştir. Aşağıdaki tabloda, tarihsel süreçte değişen hizmet tanımları gösterilmiştir.

Tablo 1: Tarihsel Süreç İçinde Hizmet Tanımları

Dönem	Tanım
Fizyokratlar (.....-1750)	Tarımsal üretime dâhil olmayan bütün faaliyetler
Adam Smith (1723-90)	Somut gözle görülemeyen dokunulamayan herhangi bir ürünle sonuçlanamayan bütün faaliyetler
Alferd Marshall (1842-1924)	Meydana geldiğinde ortaya çıkan hizmetler
J.B.Say (1767-1832)	Ürünler yararı olan, imalatlar dışında kalan bütün faaliyetler
Batı Ülkeler (1925-60)	Bir malın şeklini değiştirmeyen hizmetler
Çağdaşlar	Bir malın şeklinde değişik yaratmayan faaliyetler

Kaynak: (Bulut, 2019:38).

1.2. Hizmetin Özellikleri

Çeşitli tanımlar incelendiğinde, hizmetin fiziksel ürünlerden ayıran özellikleri üzerinde durulduğu fark edilmektedir. Bu farklı özellikler, hizmet kalitesi ölçümünde de önemli bir rol oynamaktadır (Organ ve Tekin, 2009:4).

Hizmetin özelliklerini belirlemek için araştırmacılar uzun yıllar çeşitli temel ölçütler kullanmışlardır. Hizmet kavramıyla ilgili birden fazla tanım yapılmış olsa da, hizmetin ürünlerden ayrıldığı belirtilmiştir. Literatürde sıklıkla belirtilen dört özellik şunlardır:

- Soyutluk: Dokunulamazlar ve görülemezler.

- Heterojenlik: Kişilere göre değişir.
- Dayanıksızlık (Stoklanamama): Depolanamazlar.
- Eş Zamanlılık: Üretim ve tüketim birlikte gerçekleşir. ifade edilen şekliyle literatürde belirtilmiştir (Değer, 2018:128).

Hizmetin değerlendirilmesi açısından en zorlu kısım hizmet kalitesidir. Hizmetin kalitesiyle ilgili tahmin yapmak, satın alınmadan önce oldukça zordur. Bu zorluk, hizmeti sunan işletme personeli ile hizmeti alan kişilerin hizmet sürecinin birer parçası olmalarından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, kaliteli, tutarlı ve kontrol edilebilir bir hizmet sunmak son derece zorlu bir süreçtir (Dalgıç, 2013: 9).

Tablo 2: Fiziksel Ürünler ile Hizmetlerin Farkları

FİZİKSEL ÜRÜNLER	HİZMETLER
Homojen	Heterojen
Somut	Soyut
Üretimleri, dağıtımları ve tüketimleri farklı zamanlarda yapılır.	Üretildikleri anda tüketilirler.
Fiziksel ürünler nesnedir.	Hizmetler süreçtir.
Temel maddeleri fabrikalarda üretilir.	Temel değeri alıcı ve satıcının etkileşimiyle meydana gelir.
Müşteriler genel olarak üretim sürecine müdahale etmezler.	Hizmetlerde Müşteriler üretim sürecinin bir parçasıdır.
Stoklanabilirler.	Stoklanamazlar.
Devredilebilir.	Devredilemez.

Kaynak: (Kaya, 2020:7-8).

1.2.1. Dayanıksızlık (Stoklanamama)

Hizmetlerin soyut niteliği, dayanıksızlıklarının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Hizmetler, tüketicilerin anlık ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir ve bu nedenle bekletilmesi halinde tüketicilere bir fayda sağlamazlar. Ayrıca, tüketici taleplerinin düzensiz olması da hizmetlerin dayanıksızlığına neden olan unsurlardan biridir (Başar, 2017:10).

Hizmetlerin en önemli özelliklerinden biri, üreticiler veya tüketicilerden bağımsız olarak satın alındıktan sonra tekrar kullanılmak üzere saklanıp stoklanması veya depolanması mümkün olmamasıdır (Filiz vd., 2010:61).

1.2.2. Heterojenlik

Günlük hayatta en çok karşılaşılan durumlardan biri, sunulan hizmetlerin farklılık göstermesidir. Hizmet sunan kişilerin performansları farklı olduğundan, aynı hizmetin farklı sunumlarının tamamen aynı olması mümkün olmamaktadır. Bu farklılıkların nedeni, sunulan hizmetlerin standart hale getirilememesiyle ilgilidir. Dolayısıyla, mevcut durumda evrensel bir kabul gören hizmet performansının belirlenmesi son derece zor bir süreçtir. Tüketici ve hizmet sunan personelin algısı, hizmetteki farklılıklara neden olabileceğinden, bu durum daha da karmaşık hale gelebilir (Kaya, 2020: 7).

Hizmet talep eden müşterilerin farklı beklentileri nedeniyle, hizmet üretiminin değişken olması, işletmenin başarısı için önemli bir faktördür (Yücel, 2013: 86).

İnsan faktörünün hizmet üretimine katılmasıyla birlikte, üretimdeki değişkenlik düzeyi artmış olup bu da hizmet üreten işletmelerin homojenliği yakalamasını zorlaştırır. Hizmetlerin farklılık gösteren kaynakları şunlardır:

- Hizmetin üretildiği zamana bağlı olarak değişen özellikleri,
- Hizmetin üretildiği çevre koşullarına bağlı değişen özellikleri,
- Hizmet üretim sürecine bağlı olarak ortaya çıkan değişkenlik,
- Hizmeti alan kişiye bağlı değişkenlik,
- Hizmet üreticisi ve tüketici arasındaki ilişkiden kaynaklanan değişkenlik,
- Hizmetin üreticisinin veya tüketicisinin imkanlarından kaynaklanan değişkenlik (Yumuşak, 2006: 16).

1.2.3. Soyutluk

Hizmetlerin soyutluğu, dokunulamaz, elle tutulamaz, görsel olarak algılanamaz, işitsel olarak duyulamaz ve ölçü birimiyle ifade edilemez olması anlamına gelir. Bu özellikleri nedeniyle, hizmetler dayanıksız olarak kabul edilirler. Hizmetler, önceden üretilip ileri bir tarihte kullanılmak üzere depolanamazlar ve sınırlı sayıda üretilemezler (Sevimli, 2006: 5).

Örneğin, uçak veya konser gibi etkinliklerde boş kalan koltukların gelecekte satılması mümkün olmamaktadır, çünkü hizmetler tüketildikleri anda ortadan kalkarlar

ve daha sonra sunulamazlar. Bu nedenle, hizmetlerin sunulduğu an kaybedilen ekonomik fırsatlar sonradan telafi edilemez.

1.2.4. Eş zamanlılık

Birçok ürün, tüketiciye sunulmadan önce, ara noktalarda belirli koşullarda bekletilebilir ve sonrasında sunulabilir. Ancak hizmetler, herhangi bir ara noktada bekletilemez, aksine üretildiği anda tüketilmektedir. Ürünlerin üretimi ve tüketimi sürecindeki aşamalar, yer ve zaman açısından ayrılabilirler. İmalat yapan işletmelerde, müşteri ile firma arasındaki ilk etkileşim, malın satın alınma sürecinde gerçekleşir. Müşteri, üretim aşamasını göremez, çünkü üretim, satın alma işleminden önce gerçekleşir. Ancak hizmetlerde, üretim ve tüketim birlikte gerçekleştiğinden, hizmet alıcısı, hizmetin sunulduğu yerde üretici ile etkileşim kurarak tüketim deneyimini yaşamak zorundadır (Keskin, 2013: 37).

Hizmetlerin pazarlanması, üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleşmesi nedeniyle çeşitli zorluklar içerir. Bu zorluklar arasında aşağıdakiler ifade edilebilir:

- Hizmetin üretildiği anda tüketilmesi, mekân ve zaman faydalarını ortadan kaldırarak pazarlama sürecini zorlaştırmaktadır.
- Hizmete olan talebin yüksekliği, üretim kapasitesinin yetersiz kalmasına neden olabilirken, talep azlığı ise kullanılmayan kapasiteyi artırabilir.
- Hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesi, hizmetin hemen dağıtılması gerekliliğini doğurur (Kaya, 2020: 6-7).

1.3. Hizmetin Önemi

Hizmet sektörü, günümüzde herhangi bir sektörde etkili olmasının yanında giderek daha da önem kazanmaktadır. Müşteri memnuniyeti, hizmetin başarısı açısından odak noktası haline gelmiş ve hizmeti müşteri memnuniyeti odaklı olarak düşünmek ve sunmak için teşvik etmiştir. Günümüzde, hem imalat hem de hizmet işletmeleri, müşterilerin talepleri ve görüşlerine göre hizmetleri belirlemektedir (Ekinci, 2018: 7).

Hizmet sektörünün giderek daha fazla önem kazanması, hizmet işletmelerindeki istihdamın artması, rekabetin yoğunlaşması, teknolojik ilerlemelerin

hızlanması ve tüketicinin talep yapısının değişmesi gibi faktörler nedeniyle hizmet kavramı, hizmet işletmeleri için kritik bir unsur haline gelmiştir (Ekinci, 2018:7).

1.4. Hizmetlerin Sınıflandırılması

Hizmetlerin kesin bir tanımının yapılması oldukça zorlu bir süreçtir ve ayrıca hizmetlerin kapsamı da belirlemek için zorluklar içermektedir. Ekonomideki değişimler, teknolojik ilerlemeler ve toplumsal değişimler, hizmet anlayışında değişikliklere ve yeni hizmet çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, hizmet kavramının geniş kapsamlı bir tanımının yapılması ve uzun bir süre boyunca değiştirilmez hale getirilmesi mümkün değildir. (Aygün, 2014: 7).

Hizmetlerin özelliklerinin kendine özgü olması, birçok farklı hizmetin varlığına işaret etmektedir. Bu farklı hizmetlerin neden olduğu çeşitlilik, çeşitli sınıflandırmalarla ele alınmaktadır. Bu sınıflandırmalar şu şekildedir:

- Profesyonel Hizmetler
- Ürün Bileşimine Göre Hizmetler
- Pazarlanabilen ve Pazarlanamayan Hizmetler
- İnsan ve Ekipmana Dayalı Hizmetler
- Tüketici Katılım Düzeyi Bakımından Hizmetler
- Sunum Şekli Bakımından Hizmetler
- Değişkenlik Düzeyi Bakımından Hizmetler
- Somut ya da Soyut Ağırlıklı Hizmetler
- Üretici ve Tüketici Hizmetleri
- Satın Alma Davranışı Açısından Hizmetler
- Talep Edilme Zamanına Göre Hizmetler (Aydın, 2015: 31).

1.4.1. Pazarlanan ve pazarlanamayan hizmetler

Pazarlanamayan hizmetler, bireylerin kendi başlarına sağlayamayacakları ve işletmelerin henüz üretim yapmadığı zamanlarda, devlet tarafından sunulan ve herhangi bir ücret talep edilmeden gerçekleştirilen hizmetler olarak tanımlanabilir. Pazarlanabilen hizmetler ise, toplumların politik, kültürel, alışkanlık ve yaşam

tarzlarından kaynaklanan ve karşılığında ücret talep edilen hizmetlerdir (Özçalık, 2007:20).

1.4.2. Profesyonel hizmetler

Profesyonel hizmetler, uzman örgütler tarafından sağlanan ve tüketicilerin beklentilerini aşan, kusursuz nitelikteki hizmetlerdir. Bu hizmetler, bilgi ve beceriye dayanır ve herhangi bir belirsizlik veya hata içermez. Profesyonel hizmetlerin sunumu, yerinde ve zamanında gerçekleştirilen uygulamaların yanı sıra disiplinler arası bir yaklaşım gerektirir ve bu yaklaşımın standartları belirlenmeye çalışılır. (Aygün, 2014:7).

Profesyonel hizmetler, disiplinler arası bir çalışmanın standartlarının oluşturulduğu ve bilgi, beceri ve zamanın yerinde kullanılarak üretilen örgütsel veya bireysel hizmetlerdir. Bu hizmetler, genellikle önceden planlanmış bir çalışmanın sonucu olarak ortaya çıkar ve işin ehli olan kişiler tarafından büyük bir gayretle gerçekleştirilir (Aygün, 2014:7).

1.4.3. Sunum şekli bakımından hizmetler

Birçok ürün, hem mal hem de hizmet bileşenlerini içerir. Bu nedenle, tüketicilere sunulan hizmetlerin ürün içindeki rollerine göre üç ana şekilde sınıflandırılması mümkündür. Bu sınıflandırmalar şunlardır (Eser, 2007: 18):

- Bir malın değerini artırmak için sunulan hizmetler.
- Hemen hemen dokunulmayan veya hiç dokunulmayan elementler içermeyen, tüketiciye sunulan hizmetler.
- Bir malın değerini artırarak hazır hale getirilen hizmetler.

1.4.4. Tüketici katılım düzeyi bakımından hizmetler

Hizmetlerin sınıflandırılmasında, müşterilerin satışa sunulan ürünlere olan ilgi düzeyleri önemli bir faktör olabilir. Tüketiciler, diğer müşterilerin en çok tercih ettikleri ürünlere ilgi göstererek, bu ürünlerle yakın bir ilişki içinde olma eğilimindedirler. Bu tercih edilen ürünler, müşterilerin memnuniyetlerini daha fazla etkileyebilir (Özçalık, 2007: 28).

Tüketicilerin ilgisiz kaldığı ürünler, onların ilgisini çekmekte yetersiz kalmaktadır. Örneğin, aracımızı uygun olmayan bir yere park ettiğimizde, sonuçları bizi önemli ölçüde etkileyebilir. Ancak, saç kesimimiz istediğimiz gibi olmadığında, bu durum bizi oldukça fazla etkileyebilir (Aygün, 2014: 7).

1.4.5. İstenildiği zamana göre hizmetler

Hizmetler, talebin şekli ve zamana göre sınıflandırılır. Hizmet talepleri genellikle değişkenlik gösterirler. Kısa süreli hizmetler, sürenin kısa olması sebebiyle değişmeyebilirler. Bunlar, günlük, haftalık, sezonluk veya dönemsel olarak sunulan hizmetler arasındadır. Ancak, kısa süreli hizmetlerin bozulabilme özelliği, düzenli ve net bir şekilde sahip olmamalarından dolayı, az tercih edilmeleri nedeniyle hizmet sağlayıcıları için sorunlar doğurmaktadır (İçöz, 2005: 29).

1.4.6. Tüketici katılım düzeyi bakımından hizmetler

Bazı hizmetler, tüketicilerin katılımı ile sunulurken, bazıları da sadece tüketicilerin tam katılımı ile sunulur. Bazı hizmetlerin başlatılması için tüketicinin de katkısı gerekmektedir. Kişisel bakım hizmetleri, üretim ve sunum aşamalarında üretici ve tüketicinin tam katılımını gerektiren bir örnek oluşturmaktadır. Bu tür bir hizmet, sürekli etkileşimi gerektirir ve tüketicilerle doğrudan iletişim içinde olunmalıdır (Özçalık, 2007: 28).

1.4.7. Satın alma davranışı açısından hizmetler

Müşterinin hizmet satın alma sırasında sergilediği davranışlar, hizmetin satın alınmasında belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bazı hizmetler, müşteri tarafından daha az değerlendirilir ve alım sürecinde fazla değerlendirmeye ihtiyaç duyulmaz. Bu durum, hizmetin müşteri için önem düzeyinin az olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, bu hizmetlerin tüketici bütçesindeki payı düşüktür ve sık sık satın alınan ürünlerdir. Öte yandan, "uzun süreli" hizmetler, sık sık satın alınmasalar da satın alma süreci uzun sürer ve tüketici bütçesindeki değerleri daha yüksektir (Özçalık, 2007: 24).

BÖLÜM 2: HİZMET KALİTESİ

2.1. Kalitenin Tarih İçerisindeki Gelişimi

Kalite kontrolü uygulamaları, geçmişte standart parçaların kullanımıyla Taş Devri'nde başlamıştır. Daha sonraki dönemlerde ise müşteriler, ustanın yeteneklerine göre seçim yaparak bir kalite kontrol mekanizması oluşturmuşlardır. Bu sayede, markalaşma gibi yeni bir kalite kontrol uygulaması geliştirilmiştir. Daha sonra loncalar, hammadde, süreç ve ürünlere ilişkin bazı özellikler belirlemişler ve üyelerin bu özelliklere uymalarını zorunlu kılmışlardır. Bu sebeple, kalite kontrolün sorumluluğu bireylerin olmuştur (Aydiner, 2010:17).

İnsanlar, kalitenin varlığını tarihin en eski dönemlerinden beri farkında olmuşlardır. Milattan önceki dönemlerde bulunan en eski kayıtlar, kalitenin M.Ö. 2150 yılına kadar dayandığını göstermektedir. Örneğin, Hammurabi Kanunları'nın 229. maddesi, bir inşaat ustasının yaptığı evin sağlam olmaması ve ev sahibinin bu nedenle ölmesi durumunda, inşaat ustasının başının kesilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu madde, ilkel bir yaklaşımla olsa bile, kalite ile ilgili çalışmaların M.Ö. yıllarda bile var olduğunu gösterir (Sakarya, 2006: 16).

Kalitenin gelişimi, geçmiş yıllara dönük bir inceleme yapıldığı zaman Japonya'nın bu alandaki ilerlemesiyle öne çıkar. İstatistiksel kalite kontrol ilk olarak Amerika'da araştırmacı Deming tarafından geliştirilmiş ve sonra da Juran tarafından tanıtılmıştır. Bu süreçte, G. Kore, Japonya, Tayvan ve Singapur gibi bazı Uzakdoğu ülkelerinde önemli ilerlemeler olmuştur. 1970'lerde Juran ve Deming, örgütlerin kalite, zaman ve maliyet gibi üç boyutlu düşünmelerine yardımcı olabilecek araçları ortaya çıkarmışlardır (Ersen, 1997: 31).

1980'li yıllarda, kalite anlayışındaki yaklaşımların değiştiği görülmüştür. Bu dönemde, sadece maliyet unsuru üzerine odaklanmak yeterli olmamıştır. Rekabetin artmasıyla birlikte, kalitenin öncelikli hale gelmesi gerektiği anlayışı yaygınlaşmıştır (Efil, 1999: 36).

Eski dönemlerde insanlar, yapılan işlerin kalitesini önemsemişlerdir. Mısır piramitlerinin olağanüstü bir şekilde inşa edilmesi ve Roma döneminden kalma yapıların dayanıklılığı, o dönemdeki insanların kalite konusunda özenli davrandıklarının göstergesidir (Sakarya, 2006: 16).

Türkiye'de serbest piyasa ekonomisine geçilmesiyle birlikte kaliteye olan ilgi artmıştır. Önceden sadece iç piyasaya yönelik üretim yapan ve rekabet gücüne dair endişeleri olmayan Türk şirketleri, uluslararası arenada rekabet etme ihtiyacıyla karşı karşıya kalmışlardır. Bu nedenle, kaliteye ve sürekli iyileştirme süreçlerine odaklanmışlardır (Şimşek, 2002: 21).

Dünya genelinde kalitenin önemi giderek artarken, müşteri ihtiyaçlarına odaklanan ve sürekli kendini yenileyen, ekonomik üretimi verimli bir şekilde gerçekleştirmeyi hedefleyen şirketlerin, uluslararası piyasada daha başarılı olmaları beklenmektedir. Bu süreçte, şirketlerin sadece kaliteyi bir iş stratejisi olarak ele almaları yeterli olmayacak, kaliteyi bir yaşam biçimi haline getirmeleri gerekmektedir (Kekeç, 2008: 38).

Kalite ile ilgili yapılan araştırmalar genellikle üretimle ilgili işletmeler üzerinde yoğunlaşmış ve kalitenin ürün ve üretim açısından ele alındığı görülmüştür. Ancak son dönemlerde yeni bir kalite anlayışı ortaya çıkmıştır ve bu anlayışa göre kalite bir görev değil, bir stratejidir. Bu nedenle işletmelerde üretilen ürünlerin müşterilerin beklentilerini karşılaması ve ihtiyaçlarını gidermesi durumunda kaliteli olarak kabul edilir.

2.2. Kalite Kavramı

Firma sahipleri ve kuruluşlarının uzun soluklu başarısı ve karlılığı için kalitenin en önemli unsurlarından biri olduğu kabul görmektedir. Kalite, toplum yaşamında giderek artan bir öneme sahip olmuştur ve tüketiciler bakımından aranan bir kavram haline gelmiştir. Ancak kalitenin birden çok boyutu olduğundan, farklı tanımları da bulunmaktadır (Ertuğrul ve Sarı, 2019:23).

Kalite, insanların ve sistemlerin hata yapmaması ve en üstün hedeflere ulaşma arzusundan kaynaklanan bir olgudur (Durukan ve İkiz, 2007: 33).

Kalite, bir ürün veya hizmetin müşterilerin ve kullanıcıların beklenti ve gereksinimlerine uygun olarak tasarlanması, üretilmesi ve sunulmasıyla ilgili bir kavramdır. Müşterilerin ve kullanıcıların hizmetle ilgili yargısı, ürün veya hizmetin kalitesini doğrudan etkiler ve müşterilerin tercihlerini belirleyen önemli bir faktördür. Bu nedenle, kalite, müşteri tatmininin sağlanması ve müşteri sadakatinin kazanılması için önemli bir araçtır (Ayvaz vd, 2018: 93).

ISO 9000 standardına göre, kalite "müşterinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için gerekli olan özelliklerin tümü" olarak tanımlanır (Avcı ve Sayılır, 2006:123).

Kalite, müşterilerin belirli isteklerini en iyi şekilde karşılamanın yanında amaçlara uygunluğu da ifade eder. Bir ürün veya hizmete ait özelliklerin, şimdiki veya gelecekteki müşteri gereksinimlerini karşılayabilme becerisi olarak tanımlanabileceği gibi, ürünün ihtiyaçlara uygunluk derecesi olarak da ifade edilebilir (Zariç, 2019: 6).

Günlük hayatımızda oldukça sık karşılaştığımız kalite kavramı, genel olarak kabul edilen bir anlam bütünlüğüne sahip değildir. Bu durum, sürekli gelişen teknoloji ve globalleşmenin etkisiyle daha da kompleks hale gelmektedir. Kalite, birden fazla boyutu olan bir kavramdır ve bu sebeple anlam bütünlüğü oluşturmak çok zordur.

Bireysel önceliklerin yanı sıra toplumsal önceliklerin de etkisiyle, kalite kavramı farklı boyutlarda ele alınmaktadır. Müşterilerin talepleri ve standartlara uygunluk, kalitenin çeşitli özelliklerinin ve kriterlerinin farklı şekillerde tanımlanabileceğini göstermektedir (Yatkin, 2004: 1-2).

Yukarıdaki tanımlamalardan hareketle, hizmet kalitesi, tüketicilerin gereksinimleri ve beklentileri doğrultusunda belirlenen hizmet özellikleri ve niteliklerinin seviyesi olarak açıklanabilir. Bu bağlamda, hizmet kalitesi kavramı, tüketicilerin aldıkları hizmetin ardından deneyimledikleri hislere dayanarak değerlendirdikleri bir olgudur ve müşterilerin ne kadar memnun olduklarına bağlı olarak belirlenir (Avcı ve Sayılır, 2006:123).

2.3. Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi, müşteri gereksinimlerinin çok boyutlu bir şekilde karşılanma seviyesini yansıtan bir kavram olarak karşımıza çıkar. Bu sebeple, genel ve kapsayıcı tanım yapmak oldukça güçtür. Ancak, müşteri gereksinimlerinin hızlı ve etkili şekilde karşılanma seviyesi, hizmet kalitesi bakımından önemli bir faktördür (Zariç, 2019:6).

Karahan ve Aydın'ın (2013) ifade ettiği üzere, müşterilerin hizmet kalitesini algılama durumları, beklentilerinin giderilip giderilmemesine bağlıdır. Başka bir deyişle, müşterilerin hizmet kalitesini algılaması, beklentiye girdikleri hizmet kalitesinin sunulup sunulmamasına göre değişkenlik gösterir (s. 185).

"Hizmet kalitesi" genel bir ifadeyle, işletmenin müşteri beklentilerini gidermek için gösterdiği üstün yetenek ve beceriler sonucunda mükemmel bir hizmet sunma kabiliyetidir (Perçin ve Pektash, 2018: 4).

Müşteri memnuniyetini gösteren bir gösterge olarak kabul edilen "hizmet kalitesi", işletmenin müşteri ihtiyaçlarına uygun bir şekilde sunum yapması ve müşteri gereksinimlerinin tatmin edilmesiyle birlikte ortaya çıkar. Ayrıca, hizmet kalitesi işletmenin tüketici beklentilerini karşılama yeteneği ile birlikte bu beklentilerin daha da aşılarak üstün bir hizmet sunma kabiliyetini ifade eder. Hizmet kalitesinin önemli bir etkeni, müşterinin kalite algısının yüksekliğidir (Can, 2016: 66).

Hizmeti üretenler açısından, "hizmet kalitesi" terimi, işletmenin mevcut şartlarına ve gereksinimlerine uygun olarak sunulan hizmet özelliklerinin niteliğini ifade eder. Tüketicilerin hizmet kalitesi algısı ise, hizmetin sunumuyla ilgili beklentilerinin ne kadarının karşılandığı veya hatta beklentilerinin ötesinde bir hizmet sunulduğu anlamına gelir. (Alan, 2019: 20).

Hizmetlerin temel özellikleri ile fiziksel ürünlerin yapısı arasında farklılıklar olduğundan, müşterilerin kalite algısı da farklılık gösterir. Hizmetlerin satın alınmadan önce değerlendirilmesi zordur çünkü soyut özelliklere sahiptirler. Hizmetlerin soyut niteliği, hizmet kalitesi değerlendirmesinin sunumdan sonra yapılmasına neden olabilir ve müşteri memnuniyetini etkileyebilir (Alan, 2019: 21).

Firmalar için, tüketici memnuniyeti fiziksel ürünlerde olduğu gibi hizmet sektöründe de önemlidir. Büyümek ve pazarda rekabetçi olmak isteyen firmalar için, müşteri memnuniyeti kaçınılmaz bir durumdur. Hizmet tasarlayan ve sunan üreticiler, müşteri beklentilerini dikkate almadan hareket etmemelidirler çünkü müşteri memnuniyeti, ürünün satın alınma sürecinde karar vermede çok önemli bir faktördür (Bulut, 2019: 41).

Algılanan Hizmet > Beklenen Hizmet = İdeal Kalite (Beklentiler fazlasıyla karşılanmıştır.)

Algılanan Hizmet = Beklenen Hizmet = Doyurucu Kalite (Beklentiler karşılanmıştır.)

Algılanan Hizmet < Beklenen Hizmet = Düşük Kalite (Beklentiler karşılanmamıştır.) (Sakarya, 2006: 18).

2.3.1. Hizmet kalitesinin boyutları

Hizmet kalitesi kavramını tam anlamıyla anlayabilmek ve içeriğini anlatabilmek için, kapsamlı bir inceleme gerektiği anlaşılmaktadır. Bu kavramın soyut olma özelliği sebebiyle, geniş kapsamlı bir analiz, hizmet kalitesinin sağladığı müşteri memnuniyetini etkileyen tüm fiziksel ve fiziksel olmayan faktörleri içerebilir. Bu faktörlerin tümü, hizmet kalitesinin boyutlarını oluşturabilmektedir (Avcı ve Sayılır, 2006:5).

Hizmetler, müşteri tarafından tüketildiği an ortadan kalkan, üretim sürecinde müşterinin işletme ile sürekli iletişim halinde olduğu, müşterinin üretim sürecine katıldığı ve hizmetin kalitesinin yalnızca üretim sonucundaki durum değil, aynı zamanda üretim sürecinde sunulan hizmet paketi ile etkileşimde olduğu özellikleriyle tanımlanır. Bu özellikler sonucunda, hizmet kalitesinin boyutları belirlenmiştir. Akademik araştırmalar, hizmet kalitesinin boyutlarına yönelik farklı görüşler geliştirmiştir (Özatkan, 2005: 45).

Tablo 3: Hizmet Kalitesinin Boyutları

YAZARLAR	ÖNERİLEN BOYUTLAR
SASSER, OLSEN, WYCKOF (1978)	a. Personelin tutum ve davranışı b. Hizmetin yaratıldığı fiziksel atmosfer, araç, gereç vb. teknik olanaklar c. Üretimde kullanılan materyallerin niteliği
LEHTINEN (1983)	1. Üç boyutlu yaklaşım a. Etkileşim kalitesi b. Şirket kalitesi c. Fiziksel kalite 2. Süreç kalitesi a. Çıktı kalitesi b. İki boyutlu yaklaşım
GRÖNROOS (1983)	a. Firma imajı b. İşlevsel kalite c. Teknik kalite
PARASURAMAN, ZEITHAML ve BERRY (1985)	a. Yeterlilik b. Ulaşılabilirlik c. Güvenilirlik d. İnanılabilirlik e. Saygı f. İletişim g. Heveslilik h. Müşteriyi anlamak i. Fiziksel varlıklar

	j. Güvenlik
NORMANN (1988)	Hizmet paketinin özellikleri: a. Değişmez (hard) özellikler b. Değişir (soft) özellikler

Kaynak: (Sevimli, 2006:15).

Tablo 3'teki ifadelerle göre, hizmet kalitesinin boyutları arasında en kapsamlısı, Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında geliştirilen on kalite boyutudur. Bu boyutlar, hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılmaları önerilen boyutlardır. Söz konusu boyutlar, şu şekildedir: Güvenilirlik, İsteklilik, Yeterlilik, Ulaşılabilirlik, Saygı, İletişim, İnanılabilirlik, Güvenlik, Empati ve Fiziksel Varlıklar. Parasuraman ve diğer araştırmacılar, yukarıda belirtilen boyutları, "hizmet kalitesini etkileyen faktörler" olarak tanımlamışlardır.

2.3.2. Hizmet kalitesini etkileyen faktörler

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, müşterilerine kaliteli bir hizmet sunmak için aşağıdaki faktörlere dikkat etmeleri gerekmektedir.

2.3.2.1. Güvenilirlik

Bir işletmenin müşterilerine vaat ettiği hizmetin, belirlenen zaman dilimi içinde, sorunsuz ve güvenilir bir şekilde yerine getirilmesi yeteneğidir. Güvenilirlik boyutu, işletmelerin önceden belirttiği sürede hizmeti tamamlamaları, müşterilerin karşılaştığı sorunların çözüme kavuşturulması, sunulan hizmetin eksiksiz ve doğru bir şekilde sağlanması, kayıt tutma işlemlerinin doğru bir şekilde yürütülmesi gibi faktörleri kapsamaktadır (Dalgıç, 2013: 21).

Güvenilirlik, bir işletmenin verdiği hizmetin planlandığı biçimde, zamanında ve hatasız bir şekilde yerine getirme becerisini ifade eder. Bu, doğru kayıtların tutulması ve müşterilerin beklentilerine uygun bir hizmet sunulmasıyla gerçekleştirilir. Organizasyonların, güvenilirlik kavramını, hizmet kalitesinde en önemli unsur olarak ele almaları gerekmektedir. Önceden taahhüt edilmiş hizmetin her an aynı kalitede ve doğru bir şekilde sunulması gerekmektedir (Altınel, 2009: 16).

Hizmetin sunumu sırasında belirtilen fiyatın, vaat edilen teslimat kolaylığı, zenginliği ve sorunların çözümü gibi unsurlara uygun bir şekilde tam ve eksiksiz

olarak yerine getirilmesi, müşterinin işletmeye olan güvenini anlatır. Güvenilirlik kavramı ise yönetim biçimine, yönetim stratejilerine, çalışanlara, sunulan hizmetin kalitesine, çeşitliliğine ve işletmenin dürüstlüğüne, becerilerine tamamıyla güven duymayı kapsar (Dalgıç, 2013: 21).

2.3.2.2. Heveslilik

Heveslilik, işletme çalışanlarının müşterilere yardımcı olma ve hizmet sunma sürecinde her an hazır ve istekli olmaları durumunu ifade eder. Bu durum, işletme personelinin hizmet sunumunda hızlı davranma isteğiyle karakterizedir. Başka bir ifadeyle, işletme personeli hizmet sunumunda yüksek bir arzu ve istekle donatılmıştır ve her zaman hizmete hazır konumdadırlar (Pekkaya ve Akıllı, 2013: 78).

- Müşterilerin ihtiyaçlarını anlamak ve onlara özel çözümler sunabilmek,
- İşletme personelinin hizmet sunumu doğrultusunda yüksek bir motivasyona sahip olması,
- Müşterilerin şikayetlerini dikkate almak ve hızlı bir şekilde çözüme kavuşturabilmek,
- Müşterilerin memnuniyetini ölçmek ve hizmet kalitesini devamlı olarak iyileştirebilmek.

Bu özellikler, işletmelerin müşteri memnuniyetini arttırabilmek ve rekabet avantajı elde etmek için önemlidir. Hevesli ve arzulu çalışanlar, müşterilerin beklentilerine hızlı ve etkili bir şekilde cevap verebilirler, böylece müşteri sadakati ve işletmenin başarısı artar (Dalgıç, 2013: 21).

2.3.2.3. Yeterlilik

Hizmetin sunumu aşamasında, müşterilere hizmeti sunacak personelin, hizmetin doğasına uygun olarak gerekli olan bilgi ve becerilere sahip olması gerekmektedir. Bu noktada, işletmelerin, hizmeti sunacak personelin donanım ve yeteneği konusunda yeterli önlemleri alması gerekmektedir. Bununla birlikte, işletmelerin sahip oldukları araştırma potansiyeli de, hizmet sunumu aşamasında önemli bir rol oynamaktadır (Çelik, 2010: 29).

2.3.2.4. Ulaşılabilirlik

Erişilebilirlik, müşterilerin hizmete rahatlıkla ulaşabilmeleri ve hizmet sağlayıcısı ile yakın etkileşim sağlayabilmeleri bakımından önemli bir hizmet kalitesi boyutu olarak karşımıza çıkabilmektedir. Erişim kolaylığı, hizmetin müşterilerin ulaşabileceği yerlerde bulunabilmesi, beklemlerin en aza indirgenebilmesi ve istenilen zamanda hizmetin sunulabilmesi gibi unsurları içermektedir. Telefon hizmetlerinde, müşterilerin bekletilmeden hızlıca bağlanmaları, hizmet süresinin makul bir seviyede tutulabilmesi, uygun zaman dilimlerinin belirlenebilmesi ve hizmetin sunulabilmesi için uygun mekanların tespit edilebilmesi de bu boyutun ele alınabilecek diğer konuları arasında olmuştur (Duygun, 2007: 51).

2.3.2.5. Saygı

Çalışanlarla sürekli temas halinde olan müşterilerin, saygılı, özenli, kibar ve samimi olmaları gerekmektedir. Müşterilerin sordukları herhangi bir soruya, incelikli ve açıklayıcı bir biçimde yanıt vermek, müşterilerin önem verdiği konulara hassasiyet göstermek ve saygı göstermek gerekmektedir (Duygun, 2007: 51). Bu çerçevede, müşterilerin özellikleri dikkate alınmalı, hizmet sunan personel düzenli ve tertipli olmalı, kabul yerinde çalışanlar veya telefon operatörleri nezaketli olmalı, işletme personeli titiz, temiz ve düzenli olmalı ve müşterilerin bulunduğu yerde bulunarak onlarla ilgilenmelidirler (Öztürk, 2005: 156).

2.3.2.6. İletişim

Müşteri sorularına ve taleplerine özenle yanıt verirken, anlaşılabilir bir üslupla müşterilerin anlayabileceği biçimde iletişim kurabilmek, müşteri odaklı bir hizmet sunumunun önemli bir boyutunu oluşturabilmektedir. İşletmeler, müşteri ile sık sık yakın temas halinde olan personellerini bu konuda eğitip bilgilendirmelidir, çünkü bu personeller hizmet sunumundan tüketim aşamasına kadar müşteri ile doğrudan etkileşim halinde olmaları kuvvetle muhtemeldir (Kekeç, 2008, s. 52).

İşletme çalışanlarının iletişim becerilerinin yüksek olması ve hizmetlerinde gerekli olan bilgi ve becerileri taşıması gerekmektedir. İşletmeler, personel eğitimlerine yeterli önemi vererek çalışanlarını sürekli olarak eğitmelidirler. Özellikle öğrencilerle sıkı bir iletişim kurmaları, işletme hizmetlerinin kalitesini artırmaya yardımcı olabilir. (Zariç ve Yavuz, 2019: 27).

2.3.2.7. İnanılrlık

Sağlayıcı işletmelerin itibar ve dürüstlükleri, müşterilerin ilgi alanlarına duyarlı olabilme ve onlarla etkileşimde bulunabilme gibi unsurların kapsamında değerlendirilebilir. İnanılrlık açısından önemli olan unsurlar arasında, işletmenin adı, sahip olduğu ün, müşterilerle devamlı diyalog halinde olan personelin kişisel özellikleri ve tüketici ile olan etkileşim sayılabilmektedir (Kekeç, 2008: 52).

2.3.2.8. Güvenlik

Personel, işletmenin hizmetlerinin sunumunda akademik düzeyde bilgi sahibi, nazik davranışlarıyla güven veren ve etkin bir hizmet sunumunu garanti eden kişilerdir (Biçici ve Hançer, 2008, s. 54). Müşteriye sunulan hizmetin, güvenlik, risk ve şüphe unsurlarından arındırılmış olması gerekmektedir (Dinç, 2017, s. 52). Bu boyutta, müşteri bilgilerinin gizliliği korunmakta olup, bunun sonucunda müşterilerin kişisel, parasal ve güvenliğinin korunabilmesidir. Ayrıca, işletme personeli, becerileri ışığında ilgili işlerde çalıştırılabilmelidir. Örneğin, otobüs işletmelerinde, liyakatli şoförlerin çalıştırılması; mali hizmetlerde, dürüst ve güvenilir uzmanların görev yapması ve hekimlerin hastaların gizliliğine saygı göstermesi gibi durumlar, bu boyutun özelliklerini yansıtabilmektedir (Sevimli, 2006: 17).

Güvenlik kavramıyla ilgili, çeşitli risklerin olduğunu gösteren fiziksel, finansal ve gizlilikle alakalı soruları kapsar. Fiziksel güvenlik, örnek olarak ATM kabinlerinde müşterilerin olası saldırı ihtimalleri gibi konuları içermektedir. Finansal güvenlik, hisse senedi sertifikalarının yerinin bilinip bilinmediği gibi konuları da içine alır. Gizlilik ise, müşterilerin şirketle alakalı işlemlerine ilişkin bilginin başka kişiler tarafından bilinip bilinmediği gibi konuları içerir (Altınel, 2009: 18).

2.3.2.9. Empati (Müşteriyi anlayabilmek)

Müşterilere yönelik bireysel ilgi ve yaklaşım, Yılmaz ve diğerleri (2007) tarafından belirtilen bir kavramdır ve özellikle müşteri memnuniyeti ve sadakati için önemli bir faktördür. Tüketicilerin gereksinimlerini anlamak için gösterilen özen, hizmet sunumu ve müşteri tatmini açısından önemli bir faktördür. Bu bağlamda, müşteri ihtiyaçlarını tespit etmek, hizmet sağlayıcıların empati kurarak müşterileriyle özdeşleşmelerini ve her bir müşteriye özenle yaklaşarak saygı göstermelerini içeren

kişisel bir ilgi göstermek, hizmet sunumunda etkili bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Yıldız, 2011:127).

2.3.2.10. Fiziksel varlıklar

Fiziksel olanaklar, donanım varlığı, çalışanların giyim tarzı, dekorasyon ve iletişim araçlarının kullanımı, hizmet sektöründe olumlu bir imajın güçlendirilmesinde önemli rol oynayan somut destekleyicilerdir. Nesnelerin somutluğu, bir restoranda çalışanların giyim tarzı temiz değilse, masa örtüsü kirliyse, bir otelde sabun bulunmuyorsa veya sıcak su yoksa, sinema salonlarında havalandırma sistemi çalışmıyorsa, hizmet kalitesinin somut nesneler kısmındaki yönünün yetersiz kaldığını göstermektedir (Çiftçi, 2006: 19).

Merter (2006) tarafından yapılan sınıflandırmaya göre, hizmet kalitesine etki eden faktörler şu şekilde sınıflandırılabilir:

- Hizmet alıcıları üzerinde etkisi olan faktörler,
- Hizmet sunucuları üzerinde etkisi olan faktörler,
- Hem hizmet alıcısı hem de hizmet sunucusu üzerinde etkisi olan faktörler.

Hizmet alıcılarını etkileyen faktörler:

Hizmetin aynı anda üretildiği ve tüketildiği özellikleri, müşterilerin hizmet kalitesi algısını etkileyen faktörleri daha da önemli kılmaktadır. Hizmet üretim sürecinin büyük ölçüde iletişim temelli olması, iletişim etkenlerinden bağımsız olarak, hizmeti alan müşterilerin algılamaları ve yorumlama biçimleri gibi faktörler, sunulan hizmetin kalitesinin nasıl tanımlandığına yönelik belirleyici etkiye sahip olmaktadır (Merter, 2006: 24).

Hizmet sunucularını etkileyen faktörler:

Müşteriler, işletme personelinin gösterdiği davranış ve tutumlardan hizmet kalitesini anlayabilirler. Bu nedenle, hizmet sunan personelin empati kurma ve uyumlu davranma becerileri işletme için büyük önem taşır. Ancak, müşteriler farklı özelliklere sahip olduğundan, hizmet sunan personelin her bir müşteriye farklı davranışlar sergilemesi gerekmektedir. Bu durumda, empati yeteneği öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, işletme personelinin beklentileri, örgütsel çalışmaları ve yönetsel faktörler de hizmet kalitesini etkileyebilir (Merter, 2006: 25).

Hizmeti alıcısı ile hizmet sunucusunu etkileyen faktörler:

Hizmetin aynı anda üretilip tüketildiği durumlarda, her iki tarafı da etkileyen bir hizmet kalitesi söz konusudur. Bu kaliteyi etkileyen faktörler arasında, hizmetin üretim ve tüketim yoğunluğu, sunum süresi, kullanılan teknolojinin niteliği ve hizmet kapsamı gibi unsurlar bulunmaktadır. Ayrıca, hizmeti üreten ve tüketen tarafların o andaki ruhsal yapıları, hizmetin sunulduğu mekân, hizmetten faydalanan kişi sayısı ve fiziksel olanaklar da hizmet kalitesini etkileyen faktörler arasında sayılabilir (Merter, 2006: 25).

2.3.3. Beklenen ve algılanan hizmet kalitesi

Beklenen hizmet kalitesi:

Hizmeti alan her bir tüketici, satın aldıkları hizmetten beklentileri açısından birbirinden farklıdır. Beklenen hizmet kalitesi, müşterilerin hizmeti alma öncesinde zihinlerinde oluşturdukları ve arzuladıkları hizmetin ifadesidir. Bu beklenti, müşteri memnuniyeti açısından oldukça önemli bir faktördür ve hizmet kalitesi ile doğrudan ilişkilidir (Tutar, 2018: 25).

Hizmet işletmelerinin müşterilere sunulan hizmetin kalitesi, müşteri beklentileri ile uyumlu olma derecesi ile ilişkilidir. Kişilerin psikolojik ve fiziksel ihtiyaçları, reklam ve ilanların doğrudan algıları etkileme potansiyeli, hizmet işletmelerinin uyguladığı kampanyalar, kişilerin geçmiş deneyimleri, işletme personelinin müşterilere sağlamış olduğu bilgi iletişimi, işletmenin sahip olduğu imaj gibi faktörler, müşteri beklentilerini belirleyen unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, bu faktörler bireylerin beklentilerini belirleyerek, hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir (Sürmeli, 2002: 78).

Algılanan hizmet kalitesi:

Hizmet sunucuları tarafından müşteri beklentilerinin karşılanması durumunda, müşterilerde tatmin ve memnuniyet oluşmaktadır. Ancak, müşteri deneyimleri ve beklentileri farklı olduğu için ve hizmet kalitesinin soyut bir kavram olması nedeniyle, araştırmacılar "algılanan hizmet kalitesi" kavramını kullanmaktadırlar. Bu kavram, müşterilerin hizmeti nasıl algıladığına ve değerlendirdiğine odaklanmaktadır ve müşterilerin beklentilerini karşılamayı değerlendirmektedir (Parasuraman vd., 1988: 86).

Hizmet müşterilerinin hizmet algılarının belirlenmesi, hizmet kalitesinin incelenmesinde önemli bir role sahiptir. "Algılanan hizmet kalitesi" kavramı, müşterilerin hizmet satın almadan önceki beklentileriyle, hizmeti satın aldıktan sonra oluşan algılarının karşılaştırılması yoluyla ölçülmektedir. Bu karşılaştırma sonucunda sunulan hizmetin, müşterilerin beklentilerini ne ölçüde karşıladığına dair bir değerlendirme yapılmaktadır (Parasuraman vd., 1988:86).

Tüketicilerin subjektif değerlendirmeleri doğrultusunda ortaya çıkan algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin algıları ve beklentileri arasındaki etkileşim sonucunda oluşmaktadır. Hizmet sunumunda sağlanan aynı hizmetin, müşterilerin farklı subjektif değerlendirmelerine yol açması, bu değerlendirmelerin kişisel algılamalar ve beklentiler temelinde farklılık göstermesinden kaynaklanmaktadır (Sürmeli, 2002: 78).

2.3.4. Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi

Hizmet işletmeleri için kalitenin artırılması ve geliştirilmesi, müşteri tabanını genişletme ve mevcut müşterilerle iş hacmini artırma, fiyat rekabetinden kaçınma, sorunları çözmek için gerekli emek ve maliyeti azaltma gibi bir dizi faydaları beraberinde getirir. Dolayısıyla, hizmet işletmelerinin temel hedeflerinden biri, kalite seviyelerini yükselterek müşteri memnuniyetini arttırmak ve müşteri bağlılığını sağlamaktır (Akbaş, 2019: 45).

2.3.5. Hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki

Hizmetin kalitesini bulunduğu yerden bir üst seviyeye getirebilmek için belirleyici ve etkili bir güç olan müşteriler, beklentilerini ifade edip, işletmenin sunacağı hizmetin nasıl olacağıyla ilgili ipuçları verirler. Başka bir ifadeyle hizmet kalitesinin seviyesinin artırılmasında veya sunulan hizmetin müşteri memnuniyetini sağlamasının temel anahtarı o hizmetten yararlanan müşterilerdir.

Müşterilerin beklenti, öneri ve tepkileri bunun yanında müşteri şikâyetleri hizmet sektöründe bulunan işletmeye neyi ne şekilde yapması gerektiği konusunda yol gösterir. Onun için kaliteli bir hizmete ulaşmak için müşteri görüşlerinin de dikkate alınması gerekir (Sevimli, 2006: 17-18).

Müşteri memnuniyet düzeyini etkileyen başlıca faktörler şunlardır:

- Deneyimler: Müşterinin önceden sahip olduğu deneyimler müşterinin memnuniyeti için en önemli unsurdur. Müşteriler genel olarak hizmeti almaya karar verdiklerinde ilk önce geçmişte sahip oldukları deneyimlerden yararlanarak yeni almış oldukları hizmet ile kıyaslama yaparlar.

- Kişisel özellikler: Tüketicilerin demografik özellikleri ile eğitim düzeyleri, sosyal, fiziksel ve uzmanlık dereceleri gibi özellikler memnuniyet derecelerinin belirlenmesinde önemlidir.

- Durumsal etki faktörleri: Ürün kategorisi içerisinde bulunan reklam faaliyetleri, halkla ilişkiler, teknolojiye meydana gelen gelişmeler gibi unsurları içerir.

- Sözlü İletişim: Müşterilerin hizmetle ilgili daha önce çevrelerinden edindikleri bilgiler olarak kabul edilir (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985: 42).

İşletmelerin pazardaki payını ve kârını arttırmak adına müşteri memnuniyeti kritik bir faktördür. Bu nedenle, işletme yönetimi tarafından müşteri memnuniyeti konusu benimsenmeli ve çalışanlara benimsetilmelidir. İşletme kültürü, yüksek hizmet kalitesini sağlamaya yönelik olarak oluşturulmalıdır. Müşteri memnuniyetinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi, tüm işletme çalışanlarının katılımıyla gerçekleştirilebilir. Hızlı ve etkili bir hizmet sunmak için gerekli organizasyon yapıları işletmede kurulmalıdır (Sevimli, 2006: 18).

Müşteri memnuniyetinin artırılması için hizmetin denetlenmesi, analiz edilmesi ve ölçülebilir olması gerekmektedir. Bu nedenle, hizmetin açık ve net bir şekilde tanımlanmış olması önemlidir. Müşteriler, aldıkları hizmetten memnun olabilirler ancak hizmet kalitesinden memnun kalmadıklarını ifade edebilirler. Bu sebeple, hizmetin özellikleri detaylı bir şekilde analiz edilerek, müşteri memnuniyeti artırılabilir (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985: 42).

Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi arasındaki ilişki oldukça karmaşıktır. Hizmet kalitesindeki artış, müşteri memnuniyetini aynı oranda artırmayabilir. Bunun sebebi, müşteri memnuniyetinin sadece hizmet kalitesine dayalı bir faktör olmamasıdır. Örneğin, çok kaliteli bir hizmetin yüksek fiyatı, müşterileri memnun etmeyebilirken, düşük kaliteli bir hizmetin uygun fiyatı müşteri memnuniyetini artırabilir. Tüketici memnuniyeti, bilişsel ve duygusal bir tepki olarak ifade edilirken, hizmet kalitesi algısı, hizmetin yerliliğine ilişkin tutum ve değerlendirmelere dayalıdır.

Bu nedenle, müşteri memnuniyeti, özel bir sürecin sonucu olarak ortaya çıkar ve hizmet kalitesinden bağımsız olarak etkilenebilir (Sevimli, 2006: 18).

2.3.6. Hizmet kalitesinin yükseltilmesi için gerekenler

Sürekli gelişim gösteren işletmeler hizmet kalitelerini geliştirmek istiyorlarsa müşteriye odaklanmaları gerekir. Ulaşmak istedikleri kaliteyi anlaşır şekilde tanımlamalılar, personel seçimlerinde çok iyi eğitim almış ve yapacağı işe motive edilmiş personelleri tercih etmelidir. Hizmet kalitesinin sağlanmasında İşletme yönetiminin çok büyük rolü vardır. Yöneticilerin liderlik özelliklerini taşımaları, aidiyet duygusuna sahip olmaları gerekir. Çalışanlarını da kalite merkezli eğitimlerle motive etmeleri gerekir. Odaklarında her zaman müşteri olmalıdır. Çünkü müşteri hizmet kalitesi için vazgeçilmez bir öğedir.

İşletmeler müşterilerin ihtiyaçlarını anlamaya çalışmalı ve bunun için gayret göstermelidir. Müşterilerin beklenti ve düşüncelerine saygılı olmalı, müşterilerinin sorunlarına çözüm üretebilmelidir. Bu durum yalnız yönetimde bulunanların değil bütün işletme çalışanlarının sorumluluğudur. Sürekli geliştirme ve sürece odaklanma duygusunu bütün çalışanlara kazandırmak gerekir. Ayrıca çalışanların kendi aralarındaki iyi ilişkiler, sorunsuz iletişim ve çok güçlü bir örgüt kültürü havası oluşturmak işletmenin kaliteyi yakalamasında çok önemlidir (Sevimli, 2006: 19).

2.3.7. Hizmet kalitesini artırılmasında karşılaşılan engeller

Soyut olma özelliği hizmetlerin kalitesinin değerlendirilmesini oldukça güçleştirmiştir. Örneğin tüketiciler somut özelliği olan bir ürünü satın aldıklarında satın aldıkları bu ürünün fiziksel özellikleri değerlendirilerek kalitesi hakkında bir fikir yürütebilirler. Ancak hizmet satın alındığında müşterinin kalitesini değerlendireceği fiziksel bir özellik olmayabilir (Mozgallı, 2009: 20).

Böyle bir durumda tüketiciler hizmet işletmelerinin göz önünde bulunan bina, araç- gereç, personel gibi gözle görülebilir imkânlarını göz önünde bulundurarak işletmenin kalitesini belirlemeye çalışacaktır. Kaliteyi değerlendirebilmek için fiziksel varlıkların olmaması ya da eksik olması, müşterilerin başka özelliklere göre değerlendirme yapmalarına neden olmaktadır (Mozgallı, 2009: 20).

Hizmetlerin soyut niteliği, işletmelerin müşteri algısını anlamalarını ve hizmet kalitesini ölçmelerini oldukça zorlaştırmaktadır. Bir hizmet sektöründe faaliyet

gösteren işletmenin, sunulan hizmetin müşteri tarafından nasıl değerlendirildiği hakkında yeterli bilgi sahibi olmadığı takdirde, hizmet kalitesini değerlendirmesi mümkün değildir. Hizmetlerin üretildikleri anda tüketilmeleri nedeniyle, kalite sorunlarının hangi aşamada oluştuğunu belirlemek oldukça zordur (Sevimli, 2006: 19).

Hizmet kalitesinin geliştirilmesi sürecinde meydana gelen zorluklar arasında, işletme yöneticilerinin müşteri beklentilerini öngörememesi, teknolojik eksiklikler, kaynak yetersizliği nedeniyle müşteri beklentilerinin hizmet tasarımına aktarılamaması, hizmet tasarımı yapılırken makine, bilgi ve personel performansının planlananla uyumlu olmaması, hizmet kalitesinin artırılması için yetersiz olması veya hizmet sunan personelin organize olamaması sayılabilir (Sevimli, 2006: 19).

2.3.8. Yükseköğretimde hizmet kalitesi

Üniversiteler, bilimsel araştırmalar yürüterek elde edilen bulguların yayımlanması yoluyla bilgi gelişimine katkıda bulunmakta ve aynı zamanda toplumun sosyal yapısına da yol göstermektedirler. (Dağ, 2019: 29).

Yükseköğretimde, hizmet sunan üniversiteler ve diğer eğitim kurumları, öğrencilere sunulan akademik hizmetler yoluyla bilgi kazandırmayı amaçlamaktadırlar. Eğitim hizmetleri, bireylerin ve toplumların gelişimi ve değişimi açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Saklı, 2009:40).

Yükseköğretim kurumlarında öğrenciler, eğitim-öğretim hizmetleri ile barınma ve ulaşım gibi diğer hizmetleri satın almakta ve aynı zamanda yaşamlarını sürdürmek için gereksinim duyacakları ürünleri satın alırken hizmet bedelini ödemektedirler. Kurumlar, sunacakları hizmetler için bütçe ayırarak, oluşturacakları ürün veya hizmetler için etkili bir strateji oluşturmaya çalışmaktadırlar (Şahin, 2009:107).

Yükseköğretim kurumlarının temel hizmet alanı, eğitim ve öğretim hizmetleri olmakla birlikte, yasal olarak tanımlanmış sosyal hizmetleri de yerine getirmekle yükümlüdürler. Bu hizmetler, öğrencilerin beden ve ruh sağlıklarını koruma, beslenme, çalışma ortamları ve sosyal faaliyet alanlarını değerlendirme konularını kapsamaktadır. Kurumlar, bütçeleri oranında sağlık merkezleri, spor tesisleri, öğrenci yemekhaneleri, sinema ve tiyatro salonları gibi yerleri açarak öğrencilerin maksimum fayda sağlamalarını sağlamaya çalışmakta ve ihtiyaç duyulan güvenlik tedbirlerini en iyi şekilde almaktadırlar (Bayrak, 2007:76).

2.3.8.1 Yüksek öğretimde kalite tanımı

Yüksek öğretimde kalitenin tanımı, ilk başladığı zamanlarda oldukça belirsiz ve net olmayan bir konu olarak karşımıza çıkmıştır. Eğitimdeki kalite kavramının tanımı, genellikle yüksek öğretimdeki kalite kavramının tanımı ile örtüşmektedir. Ancak, eğitimdeki kalite kavramı, "mükemmellik" olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz vd., 2007:302).

Yükseköğretimde kalite kavramını ele alan farklı araştırmacılar, kaliteyi benzer bir bakış açısıyla incelerler. Literatürdeki tartışmaların temelinde eğitim süreçlerinin ve çıktılarının, imalat işletmelerinin üretim süreçlerinden farklı olduğu vurgulanır. Eğitim, sürekli dış çevre ile etkileşim halinde olan bir faaliyettir ve dış çevrenin değişimlerini takip etmeli, bu değişimlere uyum sağlamalıdır. Eğitimin çıktıları, dış sistemler tarafından kullanılacağından, dış sistemlerdeki değişimleri takip etmeyi ve bunları dikkate almayı gerektirir. Bu nedenle, eğitim kurumlarının, eğitim konusunda yenilik yapma ihtiyacını hissettikleri, dış sistemlerdeki değişimlerle sürekli bir etkileşim halinde oldukları ifade edilmektedir (Sakarya, 2006: 27).

Küresel düzeyde yaşanan değişimler, yükseköğretimin önemini artırmış ve eğitimi daha da vazgeçilmez hale getirmiştir. Modern dünya ülkelerinin ekonomik, sosyal ve siyasi açıdan başarısı, bilim ve teknolojiye elde ettikleri gelişmelere bağlıdır. Bu nedenle, bilgiye erişmek ve edinilen bilgileri etkili bir şekilde kullanmak, hayati bir önem taşımaktadır (Yokuş vd., 2017: 4).

Yükseköğretim kurumları, sürekli olarak kendilerini daha ileri seviyelere taşımak amacıyla bir standart belirleyerek toplam kalite yönetimlerini benimsemişlerdir. Özellikle yükseköğretimdeki fiziksel şartlar ile personelin birbirleriyle uyumlu bir işbirliği içerisinde çalışması, ideal bir ortamın oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu uyumlu işbirliği, motivasyonu artırmakta ve yapılan çalışmaların verimliliğini artırmaktadır (Yokuş vd., 2017: 4).

Yükseköğretim kurumlarının kaliteli hizmet sunumunu hedeflemesi, müşteri istek ve gereksinimlerini doğru bir şekilde tespit ederek bu doğrultuda mal ve hizmet üretmeleri, beklentilerin karşılanabilmesi açısından kritik bir önem taşımaktadır. Ancak, bu bağlamda, üniversitelerdeki "müşteri" teriminin tanımlanması ve bu terimin kapsam alanına kimlerin dahil olduğunun belirlenmesi gerekmektedir (Açan ve Saydan, 2009: 227).

Yükseköğretim kurumlarının müşteri grupları, öğrencilerin yanı sıra, işverenlerin de dahil olduğu kurum çalışanları ile birlikte çevre işletmeleri ve toplumdan oluşmaktadır. Yükseköğretim kurumları, sadece öğrencilere hizmet sunan bir sektör olmayıp, çevresiyle olan etkileşimi sebebiyle, farklı müşteri gruplarını da dikkate almalıdır.

Yükseköğretimde hizmet kalitesinin artırılması ve geliştirilmesi amacıyla yapılan çalışmaların sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların çoğunluğu, sosyal imkanlar, fiziksel çevre, eğitim kalitesi veya farklı eğitim sistemlerinde öğrenci memnuniyetinin belirlenmesine yönelik olup, hizmet kalitesi konusunda geniş bir perspektifin gözetilmediği görülmektedir (Açan ve Saydan, 2009: 227).

2.3.8.2. Yükseköğretimde toplam kalite yönetimi

Hizmet ve imalat üretimi sektörleri yanı sıra, toplam kalite yönetimi düşüncesi eğitim sektöründe de yaygın bir şekilde benimsenmiştir. Birçok eğitim kurumu, toplam kalite yönetimini benimseyerek deneyimlemiş ve başarılı sonuçlar elde etmiştir (Saklı, 2019: 9).

2.3.8.3. Yükseköğretim kurumlarında beklenen ve algılanan hizmet kalitesi

Kapsamlı bir literatür incelemesi, hizmet kalitesi konusunda benzer modellerin temel alındığını ortaya koymuştur. Algılanan hizmet kalitesi ile beklenen hizmet kalitesi arasındaki fark, hizmet kalitesinin belirlenmesinde temel bir etken olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçülmesi ve derecelendirilmesi için öncelikle hizmet alanların belirlenmesi ve beklentilerinin ile algılarının doğru bir şekilde tanımlanması gerekmektedir.

2.3.8.4. Yükseköğretimde beklenen hizmet kalitesi

Bir bireyin, belirli bir durum ve koşullarda karşılanması gereken beklentileri, kendisine uygun bir davranış belirleme öngörüsü olarak adlandırılır. Kültür, çevre ve ihtiyaçlar gibi faktörler, beklentiler üzerinde etkili olabilir. Beklenen hizmet kalitesi, müşterinin önceden edindiği deneyimleri, ihtiyaçlarını ve kendisine sunulacak olan hizmetten beklentilerini içermektedir. Başka bir deyişle, müşterinin talep ettiği ve arzu ettiği hizmet şeklinde açıklanabilir. Hizmet kalitesi performansı açısından ideal olan beklentiler, bu bağlamda ele alınabilir (Bayrak, 2007:104).

Bir müşterinin belirli bir durumda hizmet sunucularından beklentilerini karşılamak için benimsediği bir dizi davranış, beklenti olarak ifade edilebilir. Bu beklentiler, müşterinin geçmiş deneyimleri, çevre faktörleri ve kişisel ihtiyaçları gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Beklenen hizmet kalitesi, hizmet sunanların öngörülerine, müşterilerin taleplerine dayalıdır. Parasuraman'ın modeli de, müşterilerin hizmet beklentilerini, müşterilerin geçmiş deneyimleri, sözlü iletişim ve kişisel ihtiyaçlar gibi faktörlere dayandırmaktadır (Bayrak, 2007:104).

Yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin yönetilebilmesi için öncelikle hizmeti alan bireylerin beklentilerinin belirlenmesi kritik bir adımdır. Bu doğrultuda, öğrencilerin kurumdan beklentileri ile ilgili idari yöneticilerin bilgi sahibi olması gerekmektedir. Beklentilerin belirlenmesi için eğitim sürecini etkileyebilecek tüm aşamalar göz önünde bulundurulmalıdır. Bu aşamalar sınav ve değerlendirme sistemleri, akademik altyapı, eğitim-öğretim planlaması, akademik ve idari personel temini ve geliştirilmesi, kurumsal gelişim planları, araştırma ve yayın faaliyetleri, üniversite-sanayi-toplum ilişkilerinin geliştirilmesi gibi konuları içermektedir. Hizmet kalitesinin belirlenmesi sürecinde, öğrencilerin algılamalarının da dikkate alınması gerekmektedir. (Bayrak,2007:104).

2.3.8.5. Yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesi

Algı, canlıların çevrelerindeki dünyayı anlamlandırabilmesi için düzenli bir şekilde duyularını organize etme ve yorumlama sürecidir. Bu süreçte, kişinin duyu organları aracılığıyla elde edilen bilgi, çevrede meydana gelen olayların veya nesnelerin varlığı hakkında anlam kazanır. Algılama, bireyin kendisine yöneltilen uyarıları yorumlama ve anlamlandırma yeteneği ile yakından ilişkilidir (Bayrak, 2007:106).

Yükseköğretim kurumlarının, kaliteli hizmet sunma hedefleri doğrultusunda, müşterilerinin talep ve gereksinimlerini belirleyerek, bu beklentileri karşılamaya uygun nitelikte hizmet sunmak için çaba göstermeleri, müşteri beklentilerine yanıt verme açısından büyük önem taşımaktadır (Açan ve Saydan, 2009: 227).

Ülkemizdeki eğitim kurumlarında, hizmet kalitesinin belirlenmesi için yapılan araştırmalarda, araştırmacılar tarafından genellikle Servqual ölçeği kullanılmaktadır. Bu ölçek, müşterilerin hizmeti algılama düzeylerini değerlendirmek için yaygın bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Özgül ve Devebakan, 2005: 99).

2.3.8.6. Yükseköğretimde beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin birbirleriyle ilişkisi

Müşterilerin algıladığı hizmet kalitesi, müşteri beklentileri ile gerçekleşen deneyimleri arasındaki farkın sonucunda ortaya çıkan bir ölçüttür. Algılanan hizmet kalitesi, beklenen hizmetin algılanan hizmetten çıkarılmasıyla hesaplanır ve bu nedenle hizmet kalitesi araştırmacıları tarafından şu şekilde ifade edilir: Algılanan Hizmet Kalitesi = Algılanan Hizmet - Beklenen Hizmet (Rahman vd., 2007: 41).

Bir müşteri, bir hizmet işletmesinden talep ettiği hizmet öncesinde belli bir beklentiye sahiptir. Müşterinin, hizmeti almasının ardından deneyimlediği kalite seviyesi, hizmet kalitesi olarak değerlendirilir. Bu sebeple, müşteri beklentileri ile hizmet deneyimi arasındaki fark, algılanan hizmet kalitesini belirlemektedir.

Müşterinin hizmet beklentileri ile deneyimlediği hizmetin algılanması prensibi, algılanan hizmetin beklenen hizmetten daha düşük olması durumunda düşük kalite, aynı olması durumunda ise doyurucu kalite olarak değerlendirilir. Müşteri tarafından arzu edilen kalitede (ideal kalite) bir hizmet alınması için ise, algılanan hizmetin beklenen hizmetten daha yüksek olması gerekmektedir.

Parasuraman ve meslektaşları, ürün kalitesini ölçmek için kullanılan yöntemlerin hizmet kalitesinin ölçülmesi için uygun olmadığını belirtmektedirler. Bu bağlamda, müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmesi, ürün kalitesinin değerlendirmesine göre daha zor bir süreçtir. Hizmet kalitesinin algılanması, müşteri beklentileri ile hizmet performansı arasındaki karşılaştırmanın sonucunda ortaya çıkar. Kalitenin değerlendirilmesi sadece hizmetin çıktısıyla sınırlı değildir ve hizmet sunum süreci de göz önünde bulundurulmalıdır (Bayrak, 2007:108).

2.4. Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Önemi

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler arasında yoğun bir rekabet ortamı bulunmaktadır ve bu işletmelerin müşterilere sundukları hizmetin kalitesi, rekabet avantajı sağlamak için hayati öneme sahiptir. Ancak, hizmetin soyut, ayrışık ve eş zamanlı yapısı, ürünlerden farklı bir konumda olduğundan, tüketicilerin kalite algılamaları da farklılık göstermektedir. Bu nedenle, hizmet kalitesini değerlendirmek ve ölçmek oldukça zorlu bir süreçtir.

Hizmet sektörü giderek önem kazanmaktadır ve işletmelerin ayakta kalabilmeleri, gelişebilmeleri ve karlılıklarını artırabilmeleri için müşteri memnuniyetini sağlamaları gerekmektedir. Ayrıca, müşteri taleplerinin sürekli değişmesi ve gelişmesiyle başa çıkabilmek için, işletmelerin hizmet kalitelerini geliştirmeleri de önem arz etmektedir. Bu nedenle, işletmelerin hizmet kalitesini geliştirebilmek için, mevcut hizmet kalitelerini ölçmeleri ve değerlendirmeleri gerekmektedir (Akbaş, 2019:45).

Hizmet sektöründe rekabetin giderek artması işletme yöneticilerini, müşteri memnuniyetini ve karlılığı artırmak için hizmet kalitesini geliştirme ve yeniliklere yönelme konusunda teşvik etmektedir. Bu amaçla işletmeler, diğer rekabetçi işletmelerle karşılaştırıldığında üstün hizmet kalitesi sunarak tüketicilerin dikkatini çekmeye ve sadakatlerini kazanmaya çalışmaktadırlar (Akbaş, 2019: 45).

Hizmet sektöründe sunulan hizmetlerin kalitesi günümüzde artan bir öneme sahiptir ve sektördeki genel gelişmeler de bu konuya odaklanmaktadır. Hizmet kalitesinin önemi, sağlık, bankacılık, telekomünikasyon, konaklama ve perakendecilik gibi sektörlerde de öncelikli politika konularından biridir (Eroğlu, 2011: 306).

Hizmet işletmelerinin müşterilere sundukları hizmetlerin birbirinden bağımsız, soyut ve eş zamanlı olmalarından dolayı, diğer somut ürün üretimi yapan işletmelere göre kalitelerinin değerlendirilmesi daha güçtür. Bunun nedenden dolayı hizmet sektöründe hizmet veren işletmeler tüketicilerine sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini ölçebilmeleri için bir takım ölçeklere ihtiyaç duyarlar.

Hizmet kalitesini artırmak isteyen bir hizmet işletmesi önce hali hazırda bulunan kalite düzeyini ölçüp tespit etmelidir. Daha sonra hizmet kalitesini daha üst derecelere çıkarmak için neler yapılacağı ve hangi önlemlerin alınacağı kararlaştırılır. Alınan kararların uygulanmaya başlandıktan sonraki süreçte meydana çıkan kalite tekrar ölçülüp derecesi belirlenir. Çünkü geçerliliği olan ve güvenilen bir ölçüm kurum için vazgeçilmez bir öneme sahiptir (Keskin, 2013: 47).

Hizmet kalitesinin ölçülmesi, bir hizmet işletmesi için kalite geliştirme sürecindeki önemli bir adımdır. Bununla birlikte, doğru ve eksiksiz bir hizmet kalitesi bilgisine sahip olan kurum, sunacakları hizmetler için daha bilinçli kararlar alabilir ve uygun önlemler alarak etkili ve zamanında müdahalelerde bulunabilir. Bu nedenle,

hizmet işletmeleri için doğru ve güvenilir bir ölçüm sistemi, kalite yönetiminde kritik bir faktördür (Akbaş, 2019: 46).

Hizmet kalitesi yapısı itibarıyla çok değişken olduğundan, spesifik bir kalite standardının belirlenmesi oldukça güçtür. Bu durum hizmet işletmelerinin kalite geliştirme çabalarını zorlaştırmaktadır. Ancak, ticari pazarda rekabetin artması ve müşteri memnuniyetinin önem kazanması, işletmeleri hizmet kalitesi standartlarını yükseltmeye yönlendirmiştir. Bu zorunluluk, ilgili araştırmacılar tarafından bir çıkış noktası olarak kullanılmış ve hizmet kalitesinin geliştirilmesi hakkında çalışmaların yapılmasına olanak sağlamıştır, ancak bu çalışmalar henüz yeterli olmamaktadır (Doğan, 2011: 40).

Kurumlar hizmet sundukları müşterilerinin hizmeti, hangi seviyede algıladıklarını ve ne düzeyde değerlendirdiklerini anlamak için belli aralıklarla kalite ölçümü yapmalıdır. Sunulan hizmet kalitesinin nasıl algılandığının belirlemek için hizmet sunan işletmelerin kendilerine ait nitelikleri ile ölçmeye çalışmaları ölçülerinin yetersiz olmasından dolayı zordur. Bu nedenle kurumların müşterilerine verdikleri hizmetin kalitesini tespit etmenin en iyi yolu hizmeti alan müşterinin algılarını ölçmektir.

Hizmet sektöründe işletmeler 1980'den sonra daha çok kalitenin önemini anlamaya başlamış ve hizmet kalitesinin gelişebilmesi için mevcut hizmet kalitesinin ölçülmesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Hizmet kalitesinin doğru ve güvenilir ölçülmesi, kalite yönetimi için çok önemlidir. Çünkü kurumlar elde ettikleri bu verileri kalite yönetiminde kullanacaklardır (Doğan, 2011: 41).

Hizmet kalitesinin geliştirilmesi, ölçülmesinin zorunlu olduğu "ölçmezsen, geliştiremezsin" ilkesiyle vurgulanmaktadır (Akbaba, 2007: 317).

Literatürde, hizmet kalitesinin ölçümüyle ilgili birçok araştırmacının farklı çalışmaları ve araştırmaları mevcuttur. Hizmet kalitesi konusunda birçok farklı görüş öne sürülmüş ve çeşitli ölçüm yöntemleri geliştirilmiştir. Hizmet sunan işletmeler, bu ölçüm yöntemleri aracılığıyla sundukları hizmetlerin müşteriler tarafından nasıl algılandığını ve değerlendirildiğini ölçmektedirler.

2.5. Hizmet Kalitesiyle İlgili Ortaya Çıkan Ölçüm Modelleri

Hizmet kalitesinin ölçümü, tüketiciler ve sağlayıcılar için önemli olması sebebiyle, araştırmacılar tarafından birçok ölçüm modeli geliştirilmiştir. Ancak, bu modeller arasında hizmet kalitesinin ölçümüyle ilgili farklı görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bu nedenle, araştırmalarda hizmet kalitesi, değişik kalite boyutlarıyla açıklanmaktadır. Öne çıkan modeller arasında Grönroos'un Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli, Sasser, Olsen ve Wyckoff'un Hizmet Kalitesi Modeli, Normann'ın Hizmet Kalitesi Modeli, Lehtinen & Lehtinen'in Hizmet Kalitesi Modeli, Cronin ve Taylor'ın Servoerf Modeli, Parasuraman, Zeithaml & Berry'in Servqual Modeli ve Oliver'ın memnuniyet hizmet kalite ölçüm modeli yer almaktadır (Akbaba, 2007: 318).

2.5.1. Sasser, Olsen ve Wyckoff'un hizmet kalitesi modeli

Sasser, Olsen ve Wyckoff, 1978 yılında, hizmet kalitesinin ölçümü için bir yöntem geliştirmişlerdir. Bu yöntem, hizmet sunumu sistemi ile hizmet düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik olup, hizmet ortamındaki araçlar, hizmet sunumu sisteminin nitelikleri ve çalışanların tutumları, psikolojik, duygusal, fiziksel ve maddi faydaları içeren hizmet kavramını belirlemektedir (Uyguç, 1998:150).

İşletme yönetimi, hizmet kavramı ve hizmet sunum sisteminden yararlanarak, üç farklı boyuttan oluşan hizmet seviyesini belirlemektedir. Bu yaklaşım, personel, imkânlar ve materyaller düzeyleri olarak üç farklı boyutu içermektedir. Personel boyutu, hizmet sunucularının tutum ve davranışlarını kapsamakta, materyal düzeyi ise hizmetin üretim aşamasında kullanılan materyallerin yeterliliğini incelemektedir. Oluşan imkânlar ise hizmetin oluşturulduğu fiziksel ortam ve araç gereçlerden oluşmaktadır (Aytaç, 2015: 51).

2.5.2. Grönroos'un teknik ve fonksiyonel kalite modeli

Hizmet sektöründeki işletmelerin, hizmet kalitelerini ölçmek için geliştirilen modeller arasında Christian Grönroos tarafından önerilen model, öncelikli olarak incelenmesi gereken bir seçenektir. Bu kalite ölçüm modeli, hizmetin teknik ve fonksiyonel yönlerini ele alarak, hizmeti alan kişilerin algısı, deneyimleri ve beklentileri arasındaki pozitif ilişkileri öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda, hizmet

kalitesinin, müşterilerin algıladığı kalite durumlarına göre değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Harput, 2014: 31).

Grönroos'un geliştirdiği modelde, hizmet kalitesi üç farklı boyutta değerlendirilmiştir: teknik, imaj ve fonksiyonel boyutlar. Hizmet sunum sürecinde elde edilen teknik sonuçlar, hizmeti satın alan ile hizmet sağlayıcının karşılıklı etkileşimleri sonucunda elde edilen hizmeti temsil etmektedir ve teknik boyutun kalite boyutunu oluşturmaktadır (Harput, 2014: 31).

Hizmet alıcıları, hizmet sunum sürecinin tüm aşamalarında yer alarak, yalnızca sunulan hizmetin içeriğiyle ilgilenmezler. Müşteriler ayrıca işlevsel kaliteyi de değerlendirirler, çünkü bu kalite, teknik kalite ile birlikte hizmetin alıcısı tarafından deneyimlenen bir boyuttur. Grönroos'un modelinde, teknik kalite hizmetin sunum şekli ile ilgiliyken, işlevsel kalite hizmetin alınma süreci ile ilgilidir (Gürbüz ve Ergülen, 2006: 178).

Grönroos'un önerdiği imaj boyutu, müşterilerin hizmeti sağlayan işletmeyi algılamalarıyla ilgilidir ve temel olarak teknik ve fonksiyonel kalite unsurlarından oluşur. Bu boyut, müşterilerin işletmenin itibarını, görünümünü ve imajını algılama şekillerine dayanmaktadır (Keskin, 2013: 43).

2.5.3 Norman'ın hizmet kalitesi modeli

Norman tarafından 1984 yılında geliştirilen model, hizmet paketi, hizmeti alan birey ve hizmetin sunum sürecinin birbirleriyle uyumlu kalite yaklaşımlarının değişken ve sabit olan hizmet yönetim sistemlerinin bileşenleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Hizmet sektöründe sunulan hizmetin sunum süreci, sektöre özgü bir zaman diliminde gerçekleşir. Hizmet kalitesinin değişmeyen özellikleri, hizmeti alan kişi tarafından açık, belirgin ve ölçülebilir niteliklere sahiptir. Hizmet sunucusu ve müşteri arasındaki iletişimde de değişmeyen özellikler mevcuttur. Norman, hizmet kalitesinin, değişken ve sabit özelliklerin karşılıklı etkileşiminden etkilendiğini ifade etmektedir (Harput, 2014: 35).

2.5.4. Cronin ve Taylor'ın servperf modeli

Servperf hizmet kalite ölçüm modeli, Cronin ve Taylor tarafından geliştirilmiştir ve hizmet kalitesini müşteri algılamalarıyla ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu model, Servqual modelinden farklı olarak, müşteri beklentilerini değerlendirmeyi

dışarıda bırakarak yalnızca hizmet performansı değerlendirmesine odaklanmaktadır. Cronin ve Taylor, yaptıkları çalışmalarda Servqual ölçeğini tartışmışlar ve kendi geliştirdikleri modellerin, Servqual kalite ölçüm modelinden daha yüksek doyum sağladığını savunmuşlardır.

Servperf hizmet kalite ölçüm modeli, hizmet kalitesi puanlarının ekonomik performans derecelerini ve tüketicilerin algıladıkları hizmet kalitesini doğru bir şekilde yansıttığına inanılmaktadır. Beklentiler, bu ölçeğin bir parçası olarak ele alınmamaktadır. Cronin ve Taylor'ın geliştirdiği modele göre, yüksek performans algısına sahip olan hizmetlerin kalitesi de yüksek olarak değerlendirilmektedir (Eleren, 2009: 402).

2.5.5. Lehtinen'in hizmet kalitesi modeli

Lehtinen tarafından geliştirilen hizmet kalite ölçüm modeli, müşterilerle etkileşim halinde olan unsurların bir araya gelmesiyle kalitenin oluştuğunu vurgulamaktadır. Bu model, kalitenin üç boyutunu kullanarak fiziksel kalite, işletme kalitesi ve etkileşim kalitesi kavramlarına odaklanmaktadır. Fiziksel kalite boyutu, hizmet sunumunda kullanılan araç-gereçlerin ve binaların kalitesini kapsarken, işletme kalitesi boyutu kurumun imaj ve profilini de içeren geniş bir kapsam sunmaktadır. Etkileşim kalitesi boyutu ise hizmeti satın alan kişilerin hizmet sunumu çalışanlarıyla etkileşimleri sonucu oluşan kaliteyi ifade etmektedir. Yüksek düzey araştırmalarda ise hizmetin sunumu süreci ve sonucu arasındaki kalite ilişkisine de dikkat edilmektedir (Türk, 2009: 402).

2.5.6 Parasuraman, Zeithaml & Berry'nin servqual modeli

Parasuraman ve diğer araştırmacıların çalışmaları sonucunda, ilk kez 1985 yılında ABD'de ortaya çıkan Servqual hizmet kalitesi ölçüm modeli, tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirmesi için yaygın olarak bilinmektedir (Memiş, 2019: 22).

İşletmelerin hizmet kalitelerinin ölçülebilmesi için yaygın olarak kullanılan bir model, müşterilerin hizmet beklentileri ve gerçekleşen hizmetler arasındaki algısal farklılıkların değerlendirilmesine odaklanmaktadır (Fettahlıoğlu vd., 2016:2).

Servqual modeli, boşluk modeline dayanan bir hizmet kalite ölçüm modelidir. Bu model, hizmeti satın alan kişinin hizmet algısı ile beklentisi arasındaki farkı ölçmeyi amaçlar. Kaliteli bir hizmetin sağlanabilmesi için hizmet alıcısının

beklentilerinin tam olarak karşılanması ya da hizmetin beklentileri aşacak şekilde sunulması gerektiği fikrine dayanır. Servqual modelinin geliştiricileri, bu kalite ölçüm modelinin hizmet kalitesi boyutlarıyla tüm sektörlerde uygulanabileceğini araştırmalarıyla kanıtlamışlardır (Arı vd., 2015: 25).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry ilk çalışmalarında hizmet kalitesini on farklı boyutta değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Ancak daha sonraki çalışmalarında, bazı boyutların birbiriyle ilişkili olduğunu fark ederek, modeli beş boyuta indirgemeye karar vermişlerdir. Yapılan ölçeklemelerde, hizmet kalitesinin beş boyutu olan: tangibles (fiziksel özellikler), reliability (güvenilirlik), responsiveness (heveslilik), assurance (güven) ve empathy (empati) boyutları kullanılmıştır (Arı vd., 2015: 25).

2.5.7.Oliver’in memnuniyet/ hizmet kalite modeli

Oliver, 1993 yılında kendi adını taşıyan bir kalite ölçüm modeli geliştirerek hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini birleştirmiştir. Oliver modeline göre, hizmet kalitesi ve boyutlarına ilişkin algılanan performans ve ideallerin karşılaştırılması sonucunda müşteri memnuniyeti şekillenir. Oliver modeli, müşteri beklentilerinin karşılanması ile birlikte kalite ve kalitesizlik boyutlarının bir fonksiyonu olarak müşteri memnuniyetini belirler. Ayrıca bu modele göre, müşteri tarafından algılanan hizmet kalitesinde memnuniyet, ölçülebilen bir kriter olarak önerilmektedir (Erdoğan ve Aksoy, 2014:164).

BÖLÜM3: SERVQUAL ÖLÇÜM MODELİ

3.1. Servqual Modeli

Hizmet sektöründeki işletmeler, müşteri memnuniyetini sağlamak ve müşteri beklenti ve gereksinimlerini karşılamak için tüm kaynaklarını kullanmalıdır. Bu amaçla, işletmeler sunulan hizmetlerin kalite düzeylerini belirlemek için ölçüm yapmak zorundadır. Bu noktada, Servqual ölçeği en yararlı ölçme aracı olarak kabul edilir. Ağızdan ağza iletişim veya kişisel deneyimler gibi diğer ölçüm yöntemleri mevcut olsa da, Servqual ölçeği daha somut verilere dayanır ve elde edilen sonuçlar daha objektif bir değerlendirme sağlar. (Doğan, 2011: 43).

Servqual kalite ölçüm modeli, ilk olarak 1988 yılında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilmiştir. Bu model, güvenilirlik, heveslilik, fiziksel özellikler, güven ve empati olmak üzere beş ana boyuttan oluşmaktadır ve toplamda 22 madde içermektedir. Bektaş ve Akman (2013:120) tarafından belirtilen bu boyutlar, müşteri memnuniyeti için önemli olan hizmet kalitesi bileşenlerini temsil etmektedir.

Servqual kalite ölçüm modeli, müşterilerin hizmet kalitesine dair algılarını ve beklentilerini kapsayan iki temel bölümden oluşur ve yedi basamaklı bir derecelendirme ölçeği kullanılarak uygulanır. Bu ölçeğin, müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile beklentilerini karşılaştırmaları sonucuna dayanarak müşteri memnuniyeti ölçümünde geçerli ve güvenilir olduğu, Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından yapılan çalışmalarla kanıtlanmıştır. Servqual, hizmet sektöründe faaliyet gösteren birçok işletme tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. (Alakavuk, 2007: 330-342).

Servqual ölçeği, geniş bir kapsam alanını kapsayan çok boyutlu bir hizmet kalite ölçüm modelidir. Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında geliştirilen bu model, hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda oldukça kapsamlı bir şekilde ele alınmış ve önce tanımlanması, daha sonra ise onu etkileyen unsurların belirlenmesi hedeflenmiştir.

Bu model, ölçülebilir ve tüm hizmet türlerine uygulanabilir olması için geliştirilmiştir. Servqual, bu dönemde yapılan çalışmalar içinde kapsam alanı ve konuları açısından en dikkat çekici ve önemli çalışmalardan biridir. Hizmet kalitesiyle ilgili birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, Servqual, yalnızca perakendecilik ve

pazarlama alanında değil, endüstride de kullanılan bir ölçek haline gelmiştir. (Sakarya, 2006: 46).

Servqual ölçeği, hizmetin paydaşları arasındaki rekabetin değerlendirilmesi sürecine rağmen, özellikle müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmesi üzerine odaklanan bir yaklaşımdır. Bu ölçek, müşterilerin hizmet deneyimleri ile ilgili beklentileri ile algılamaları arasındaki farkları analiz ederek, hizmet kalitesi hakkında kapsamlı bir değerlendirme yapılmasına imkan sağlar (Çelik, 2010: 44).

Servqual ölçeği, hizmet kalitesinin tanımlanması ve değerlendirilmesi için kullanılan bir ölçüm modelidir. Bu modelde, hizmet kalitesi için gerekli olan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan araştırmada 22 farklı faktör tespit edilmiştir. Servqual ölçeği, müşterilerin hizmet öncesinde belirledikleri beklentilerin ve hizmet sonrası algılamalarının karşılaştırılması temeline dayanmaktadır. Bu nedenle, müşterilerin beklentilerinin hizmet sunulmadan önce belirlenmesi önemlidir. Hizmetin sunulmasından sonra, müşteriler, beklentileri ile aldıkları hizmeti karşılaştırarak kaliteli veya memnuniyetsizlik kriterlerini belirlerler. Servqual modeli bu nedenle "Fark" modeli olarak da adlandırılmaktadır (Sakarya, 2006: 46).

Servqual hizmet ölçeği modeline göre, mükemmel bir hizmet kalitesinin sağlanması, müşteri beklentilerinin tamamen karşılanması veya bu beklentilerin üzerinde bir hizmet sunulması ile mümkündür. Parasuraman ve diğer araştırmacıların 1983-1990 yılları arasında yaptıkları çalışmalar sonucunda hizmet kalitesi, müşterilerin hizmet işletmelerinden bekledikleri veya talep ettikleri hizmet ile algıladıkları hizmet arasındaki farkın büyüklüğü olarak tanımlanmıştır (Yücel, 2013: 89).

Müşterilerin hizmet kalitesi ile ilgili beklentileri, çeşitlilik gösterdiği için, genel bir kalite ölçüsü belirlemek işletmelere maddi açıdan zorluklar yaratabilir. Bu nedenle, Servqual ve benzeri ölçekler geliştirilmiştir.

Hizmet sektöründe, müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirirken, sadece sonuç değil, aynı zamanda hizmetin sunum biçimi de dikkate alınabilir. Servqual ölçeği, beklenen hizmet kalitesi ile sunulan hizmet arasındaki farkı belirleyerek, hizmet kalitesini tespit etmede kullanışlı ve net sonuçlar sağlaması nedeniyle birçok araştırmada tercih edilmektedir (Gökdere, 2001: 55).

3.1.1. Servqual modelinin geliştirilmesi

Parasuraman ve diğer araştırmacılar, Servqual ölçeğini geliştirirken, öncelikle "müşterilerin hizmet kalitesini ne ölçüde algıladığı", "müşterilerin hizmetin hangi boyutlarını değerlendirdiği" ve "müşterilerin beklentilerini ve algılarını etkileyen faktörlerin neler olduğu" gibi sorulara cevap aramışlardır. Bu sorular, hizmet kalitesinin ölçülmesi ve geliştirilmesi için önemli bir temel oluşturmuştur (Sakarya, 2006: 46).

Sakarya (2006: 46) tarafından belirtilenlere göre, Parasuraman ve meslektaşları, bu konuya yönelik araştırmalar yaparak çeşitli yorumlar getiren diğer araştırmacıların çalışmalarını incelemişlerdir. Ancak, bu çalışmaların hizmet kalitesiyle ilgili yeterli olmadığı ve birçok sorunun cevabını sunmadığı tespit edilmiştir.

Yumuşak'ın (2006:72) ifadesine göre, Parasuraman ve işbirlikçileri, müşterilerin hizmet kalitesini nasıl algıladıkları, hizmetin hangi boyutlarını değerlendirdikleri ve müşterinin beklentilerine ve algılamalarına etki eden faktörlerin neler olduğu gibi soruların yanıtlarını araştırmışlardır. Bu tür sorulara cevap bulmak amacıyla, inovasyon potansiyeli taşıyan bir yöntem olan Servqual ölçeğini geliştirmişlerdir.

Yumuşak'ın (2006: 73) ifade ettiği üzere, Parasuraman ve arkadaşları, Servqual ölçeği araştırması için dört hizmet kategorisine odaklanmışlardır. Bu kategoriler şunlardır:

1. Komisyonculuk
2. Bankacılık ve kredi kartları
3. Tamir ve bakım hizmetleri
4. Menkul kıymetler

Bu hizmet kategorilerinin seçilmesi, hizmet sektörüyle ilgili birden fazla özelliği bir arada toplama ve her hizmet çeşidi için geçerli olan noktaları belirleme amacını taşımaktadır.

Komisyonculuk, tamir ve bakım hizmetleri uzun bir süre gerektirirken, bankacılık ve kredi kartı hizmetleri daha hızlı bir şekilde sunulabilmektedir. Tamir ve bakım hizmetleri, tüketicilerin somut varlıklarıyla ilgili iken diğer üç hizmet grubu

soyut varlıklarla ilgilenmektedir. Komisyonculuk ve bankacılık işlemlerinde müşteriyle karşılıklı etkileşim diğer hizmetlere göre daha yoğundur.

Parasuraman ve diğer araştırmacılar (1985: 41) tarafından yapılan çalışmada, her dört hizmet kategorisini temsil eden firmalar belirlenmiş ve bu firmaların yöneticileriyle detaylı görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler için her firma için üç veya dört yönetici seçilmiştir. Firma yöneticileri, pazarlama, üst yönetim, operasyonlar ve müşteri temsilcileri gibi hizmet kalitesini doğrudan etkileyebilecek rollerde bulunan kişiler arasından seçilmiştir.

Seçilen dört hizmet sunan firmadan on dört yönetici ile birlikte hizmeti alan tüketicilerle görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerde, tüketiciler hizmet kalitesi kavramını nasıl algıladıklarını, hizmet kalitesini kontrol etmek veya iyileştirmek için neler yaptıklarını ve yüksek hizmet kalitesi sunan hizmetlerde karşılaştıkları sorunları açıklamışlardır.

3.1.2. Servqual ölçeği soru formu

Servqual modeli, işletmelerin hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla müşterilerine anketler uygulayarak hizmet beklentilerini ve gerçekleşen hizmet algılamalarını belirlemeye çalışır. Anketin birinci bölümünde müşterinin hizmet beklentilerine yönelik sorular bulunurken, ikinci bölümünde ise müşterilerin aldıkları hizmetle ilgili sorular yer alır.

Bu Servqual ölçeği, beş farklı boyutla ilgili ifadeler içerir ve toplamda 22 sorudan oluşur. Bu sorular iki farklı şekilde sorulur. İlk anket formunda, beklenen kaliteyle ilgili ifadeler kullanılırken, ikinci anket formunda gerçekleşen hizmetin algılanmasıyla ilgili ifadeler kullanılır (Sevimli, 2006: 33).

Servqual ölçeğini oluşturan boyutlar şu şekildedir (Parasuraman vd., 1988; 18):

- a) Somutluluk (Fiziksel görünüm): Bu boyut, elde tutulabilen, gözle görülebilen araç ve gereçlerle ilgili sorular içerir. Bunlar, hizmet işletmelerindeki personelin dış görünüşü, işletmenin fiziksel ortamı olarak binaların tasarımı, dekorasyonu, konforu, aydınlatma düzeni, sıcaklık, döşemeler ve benzeri unsurları içerir.
- b) Güvenilirlik: Güvenilirlik, hizmet işletmelerinin taahhüt ettikleri hizmeti eksiksiz ve güvenli bir şekilde zamanında sunabilme yeteneğini ifade eder. Bu

boyut, müşteriye vaat edilen hizmetin doğru yerde ve doğru zamanda yerine getirilmesini içerir (Bostancıoğlu, 2012: 9).

- c) Heveslilik (İsteklilik): Heveslilik, işletme personelinin hızlı ve istekli bir şekilde müşterilere hizmet sunmasını ifade eder. Bu boyut, müşterilere yardım etme isteği, işletme personelinin görevlerini yerine getirme konusundaki isteği ve samimi davranışlarıyla müşteri beklentilerini karşılama anlamını taşır (Bostancıoğlu, 2012: 10).
- d) Güven (Güvence): Güven, işletme personelinin bilgi, birikim ve nazikliğiyle müşterilere güven hissi verme amacını taşır. Bu boyutta, müşterilerin aldatılmayacağı, maddi zarara uğratılmayacağı, işletmede çalışanların yüksek düzeyde bilgili ve nazik olduğuna dair inanç oluşturulması hedeflenir. Müşterilerin güvende olduğunu hissetmeleri önemlidir (Bostancıoğlu, 2012: 10).
- e) Empati (Duyarlılık): Empati, hizmet sunan işletmenin müşterinin yerine kendini koyarak hizmet verme yaklaşımını ifade eder. Bu boyutta, işletmenin müşterilere kişisel ilgi göstermesi, müşterinin beklentilerini müşteri gözüyle değerlendirmesi ve onlara duyarlılık göstermesi ön plandadır. Müşterilerin ihtiyaçlarını anlama ve onlara özel bir ilgi gösterme önemlidir (Bostancıoğlu, 2012: 10).

Boşluk modeli olarak adlandırılan Servqual kalite ölçüm modeli, beş farklı boşluktan oluşur ve bu boşluklar aşağıdaki şekildedir:

- Müşteri beklentisi ile işletme yönetiminin müşteri beklentisini algılaması arasındaki fark.
- İşletme yönetiminin müşteri beklentisini algılaması ile hizmet kalitesi spesifikasyonları arasındaki fark.
- Hizmet kalitesi spesifikasyonları ile hizmet sunucuları tarafından müşterilere sunulan hizmet düzeyi arasındaki fark.
- Müşterilere sunulan hizmetin derecesi ile müşterilere iletilen hizmetle ilgili mesajlar arasındaki fark.
- Yukarıda belirtilen dört boşluğun birleşiminden oluşan beşinci fark (Eker, 2007: 79).

3.1.3. Servqual modelinin kullanım amaçları

Servqual, müşterilerin hizmet beklentilerini ve algılamalarını belirlemeye yardımcı olan gerçekçi ve güvenilir ifadeler kullanarak hizmet kalitesi modelidir. Bu ölçek, çeşitli hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler tarafından tercih edilmektedir. Servqual ölçeği kullanılarak yapılan çalışmalarda, işletmelerin hizmet kalitesiyle ilgili aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır (Seyran, 2004, 63-65):

- Müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesinin nasıl değerlendirildiği?
- Hizmet sunulan bileşenlerin tamamını kapsayacak şekilde mi yoksa sadece birkaç boyut üzerinde mi değerlendirme yapıldığı?
- Müşterilerin odaklandığı belirli boyutlar varsa, hangi boyutlar olduğu?
- Farklı işletmeler ve müşterilerle belirlenen boyutların farklılık gösterip göstermediği?
- Müşteri beklentilerinin temelini oluşturan hizmet kalitesini etkileyen faktörler nelerdir? (Seyran, 2004, 63-65)

Servqual hizmet kalite ölçüm modelinin kullanım amaçları aşağıdaki şekildedir (Takan, 2000: 178-181):

- a) Müşterilerin hizmet beklentilerinin ve algılamalarının farklı zaman dilimlerinde karşılaştırılması: İşletmelerde zaman içinde değişen hizmet performansının ölçülebilmesi ve bu ölçümün farklı zamanlarda tekrarlanarak yapılan hizmet kalite ölçümlerinin sonuçlarının değerlendirilmesi ve beklentilerin kaynağının belirlenmesi (Takan, 2000: 178-181).
- b) Pazardaki rakiplerle karşılaştırma imkanı sağlaması: Servqual hizmet kalite ölçüm modelinin diğer modellerden üstünlüklerinden biri, her sektörde uygulanabilir olması ve ölçeğin rakip işletmelere adapte edilerek Servqual skorlarının hesaplanabilmesidir. Diğer işletmelere uyarlanarak hesaplanan skorların karşılaştırılması, işletmenin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesine yardımcı olur (Alan, 2019: 40).
- c) Farklı müşteri algılamalarının değerlendirilmesi: Bu değerlendirme, müşterilerin algıladıkları hizmet kalite düzeylerinin belirlenmesine olanak sağlar. Algılanan kalite düzeyi "yüksek", "orta" ve "düşük" gibi sınıflandırmalarla analiz edilebilir. Bu analiz, demografik ve psikolojik faktörler açısından bu kategorilerin değerlendirilmesine imkan verir. Ayrıca,

bu kalite ölçüm modelinde yer alan beş boyut, hizmet algısının göreceli önemini ifade eder ve bu algıların temelinde yatan nedenleri inceler.

- d) İç müşterinin kalite algısının ölçülmesi: Bu model, işletme içindeki tüm fonksiyonlara rehberlik edebilir. Departmanlar arası hizmetin kalite verileri ölçülebilirken Servqual ölçeği, bu yönde güncellenip uygulanabilir (Alan, 2019: 41).

3.1.4. Servqual ölçeğine yapılan eleştiriler

Servqual ölçüm modeli diğer ölçüm modellerine kıyasla birçok avantaja sahip olmasına rağmen, bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Servqual modeli, basitliği ve kullanım kolaylığı nedeniyle geniş bir uygulama alanına sahiptir. Bununla birlikte, bazı araştırmacılar tarafından eleştirilen yönleri olduğunu belirtmek gerekir. Carman, Parasuraman ve diğer araştırmacılar, Servqual modelinin hizmet sektörüne uyarlanacak kadar genel olmadığını iddia etmektedirler (Saat, 1999: 115).

Carman, Servqual ölçüm modelinin belirli boyutları üzerinde odaklanmanın yanı sıra yeni ve farklı boyutların eklenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Kendisi de bazı araştırmalarda hizmet işletmelerinde Servqual modelini kullandığında, üç boyutu fark ettiğini ancak diğer iki boyutu fark etmediğini belirtmiştir. Bu boyutlar güvenilirlik, heveslilik ve fiziksel değerlerdir. Ancak, diğer iki boyutun Servqual ölçümü yapılan hizmet sektörleri için yapısal farklılıkları temsil ettiğini gözlemlemiştir. Bu ortaya çıkan farklılıkların küçük farklılıklar olduğunu, ancak modelin kullanımında dikkat edilmesi gerektiğini savunmaktadır (Saat, 1999: 115).

Carman (1990), Servqual modelindeki uygulama süresiyle ilgili eleştirilerde bulunmuştur. Modelde, katılımcılardan aynı anda iki anket doldurmaları istenir: biri beklentilerini, diğeri ise deneyimlerini son üç ay içinde yansıtmalarını gerektirir. Carman, beklenti anketinin hizmet satın almadan önce uygulanmasının ve ardından algı anketinin yapılmasının zor olduğunu ifade etmiştir. Onun önerisine göre, bu iki anketin yerine tek bir soru sorulabilir. Bu uygulama, katılımcıların sadece geçmiş deneyimlerine dayanarak beklentilerini değerlendirmelerini gerektirir (Carman, 1990: 33-35).

Babakuş ile Boller ise hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılan Servqual ölçüm modelde sezgisel duyguların olduğunu ifade etmişlerdir. Fakat SERVQUAL'in algılamalar kısmında elde edilen bilgilerden farklı bilgilerinde ilave edilmesi gerekir

diye söylemişlerdir. Mevcut Servqual modelinde beklenen hizmet kalitesinin yüksek derecede ölçüldüğünü ve modeldeki önemli ve faydalı görülen bölümün algılanan kalite olduğunu söylemişlerdir (Babakuş ve Boller, 1992: 264).

Babakuş ve Boller (1992), hizmet kalitesinin ölçüldüğünde, katılımcılardan "beklenen hizmet kalitesi" ve "algılanan hizmet kalitesi" ifadelerini yanıtlamaları istendiğinde, psikolojik baskılar nedeniyle farklı cevaplar verebileceklerini belirtmiştir. Katılımcıların cevapları, içinde bulundukları psikolojik durumdan etkilenebileceğini ifade etmişlerdir (Babakuş ve Boller, 1992: 255).

Headley ve Miller (1993), yaptıkları çalışmalarda Servqual modelinin kullanışlı olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte, modelde bulunan bireysel hizmet kalitesi ifadelerinin daha fazla çalışmayı gerektirdiğini ve değişen hizmet kalitesi algısı ile tüketici davranışlarının dikkate alınarak bu modelin geliştirilmesinin gerekliliği üzerinde durmuşlardır (Headley ve Miller, 1993: 32).

Headley ve Miller (1993), Servqual modelinin birinci aşamasının başarılı olduğunu belirtmekle birlikte, bu kalite ölçüm modelinin iki aşamadan oluşmasının bazı eksiklikleri olduğunu ifade etmişlerdir. Modelin iki aşamasında toplanan verilerin müşterilerin hizmeti satın aldıktan sonra gerçekleşmesi nedeniyle beklenen kalite ve algılanan kalite skorlarının aynı anda toplanmasının bazı farklılıklara yol açabileceğini belirtmişlerdir (Headley ve Miller, 1993: 32).

Araştırmacılar, Servqual modelinde yalnızca Likert ölçeğinin kullanılmasını eleştirmişlerdir. Servqual ölçeği içinde yer alan her ifadenin net bir karşılığa sahip olmasının önemli olduğunu savunmuşlardır. Müşterilerin Likert ölçeğindeki ara değerleri algılamalarının zor olduğunu ifade etmişlerdir. Ölçekle ilgili bir başka eleştiri, ölçeğin orta noktasıyla ilgilidir.

Müşterilerin orta noktayı bilmediği, değişken yönünü saptayamadığı veya ilgili ifadeyi tam olarak anlayamadığı konusunda kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Ancak, bu nedenle orta noktanın seçimi sonuçları doğrudan etkileyebilir ve müşterilerin yaptıkları değerlendirmelerin yanlış anlaşılmasına yol açabilir (Soğancı, 2012: 55).

Babakuş ve Boller, Servqual ölçeği modelinde hizmet kalitesi boyutlarının uygulanan hizmetin özelliklerine uyum sağlaması gerektiğini belirtmişlerdir. Ölçekte olumlu ve olumsuz ifadelerin bir arada kullanılmasının faktör analizi açısından beklenmeyen sonuçlara yol açabileceğini ifade etmişlerdir. Hizmet kalitesini

"algılanan ve beklenen" farkı şeklinde belirlemenin teorik olarak kabul edilebilir olabileceğini, ancak uygulamada sorunlara neden olabileceğini ifade etmişlerdir (Buttle, 1995: 19).

Servqual modeline yönelik eleştirilere yanıt olarak, Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1991'de modeli yeniden gözden geçirmişler ve ölçeğin iki temel unsuruyla ilgili değişiklikler yapmışlardır. Modelde bulunan olumsuz ifadeleri, bu ifadelere yanıt veren kişilerin anlayabilmesi ve faktör analizindeki hataların önlenmesi amacıyla pozitif ifadelere dönüştürmüşlerdir. Aynı zamanda, beklentiler bölümündeki ifadelerin söylem biçiminde değişiklikler yapılmıştır. Ek olarak, araştırmaya, beş boyutun müşterilerin göreceli önemini belirten üçüncü bir bölüm de eklenmiştir (Eker, 2007: 79).

Brown, Churchill ve Peter bir değişiklik puanı olarak görülen hizmet kalitesinin kavramsallaştırılmasından kaynaklanan sorunların belirlenmesi için alternatif bir ölçüm önermişlerdir. Bu ölçüm yönteminin olumlu psikometri özelliklerinin olduğunu belirtmişlerdir ve bu yöntemin Servqual ölçüm modelinden daha verimli olabileceğini savunmuşlardır (Özatkan, 2008: 71).

Parasuraman ve diğer araştırmacılar, Cron ve Taylor'ın çalışmalarına bazı eleştiriler getirmişlerdir. Bu eleştiriler arasında, hizmet kalitesinin ölçülmesinde beklentiler-performans arasındaki farkın temel bir ölçüt olduğunu destekleyecek yeterli kanıtların bulunmaması yer almaktadır. Araştırmacılar, hizmet kalitesinin ölçülmesinde basit performans ölçümlerinin daha etkili olduğunu gösteren birçok araştırmadan bahsetmişlerdir (Özatkan, 2008: 71).

Araştırmacılar, ilk olarak Servqual modeline benzerlik gösteren ServPerf testini test etmiş ve geliştirmiştir. Diğer bir aşamada, hizmet kalitesi etkinliği, müşteri memnuniyeti ve satın alma amacıyla ilgili yetersiz araştırma olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, bu üç faktör arasında nedensel ilişkilerin varlığını gösteren kanıtların eksik olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca, kalitenin müşterilerin satın alma niyetlerini etkilemede yeterli olmadığını belirtmişlerdir (Saat, 1999: 115).

Parasuraman ve diğer araştırmacılar, bir makalede Servqual modeline yönelik tüm olumsuz eleştirilere rağmen, yaptıkları önceki araştırmalarda kanıtladıkları ve doğruluğunu teyit ettikleri modelin doğru olduğunu savunmuşlardır. Ayrıca, modelin eksik yönlerinin olmadığını iddia etmişlerdir (Eker, 2007: 79).

Eleştirilere rağmen, uluslararası düzeyde önem kazanan hizmet sektörleri, kendi hizmet kalitelerini belirlemek ve geliştirmek için Servqual yönteminin hizmet kalitesini ölçme modeli olarak büyük önem taşıdığını görmektedir. Birçok araştırmacı ve yazar, hizmet kalitesi üzerine yaptıkları çalışmalarda Servqual ölçeği modelini kullanmışlardır. Bugün hala en yaygın tercih edilen ve geçerli kabul edilen bir hizmet kalitesi modeli olarak değerlendirilmektedir (Altınel, 2009: 30).

3.2. Hizmet Kalitesi Ölçümüyle İlgili Öncelenen Çalışmalar

Hizmet kalitesi ölçümüyle ilgili literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde, birçok çalışmanın bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan biri olan Kaya'nın (2020) araştırması, Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi'nin eğitim merkezlerinde eğitim alan öğrencilere odaklanmaktadır. Araştırmanın amacı, öğrenci memnuniyetinin Servqual modeli kullanılarak ölçülmesidir. Elde edilen veriler, Servqual skorunun negatif olduğunu göstermektedir, bu da öğrenci beklentilerinin karşılanmadığını işaret etmektedir.

Bayat ve Polat'ın (2019) araştırmasının amacı, Iğdır'daki otel işletmelerinde konaklayan müşterilerin hizmet beklentileri ile algıları arasında farklılıkların olup olmadığını Servqual hizmet kalite ölçüm modeli kullanarak belirlemektir. Çalışma, 384 müşteri üzerinde anket formuyla gerçekleştirilmiştir. Bulgular, beklentilerin algılardan daha yüksek olduğunu ve ortalama değerler arasında farklılıkların tespit edildiğini göstermektedir.

Zariç ve Yavuz'un (2019) çalışmasının amacı, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi'nin öğrencilere sunduğu hizmetin öğrenci beklentilerini karşılayıp karşılamadığını belirlemektir. Çalışma, anket yöntemiyle verilerin toplandığı bir araştırmadır ve Servqual hizmet kalite ölçüm modelinin boyutları değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, hizmet alan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesinin düşük olduğu ve bekledikleri kaliteyi karşılamadığı gözlemlenmiştir.

Kaya'nın (2019) çalışmasının amacı, Harran Üniversitesi öğrencilerinin hizmet algıları arasındaki farklılıkları belirlemektir. Çalışma, Harran Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim alan 490 kişiye anket şeklinde yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, öğrencilerin hizmet algıları cinsiyet durumuna göre farklılık göstermemekte, ancak gelir ve öğrenim düzeylerine göre hizmet kalite algılarında değişiklikler olduğu gözlemlenmektedir.

Gerşil ve Güven'in (2018) çalışmasının amacı, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin, Servqual hizmet kalite ölçüm modeli kullanılarak, beklentileriyle algıladıkları hizmet arasındaki farkı belirlemektir. Çalışmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin hizmet beklentileri Celal Bayar Üniversitesi'nin sunduğu hizmetten daha yüksek olduğu ve üniversitenin sunulan hizmetin yetersiz kaldığı görülmüştür.

Tutar'ın (2018) çalışmasının amacı, Hacettepe Üniversitesi Erişkin Hastanesi'nin uluslararası hastalara sunduğu hizmet kalitesini belirlemektir. Servqual ölçeği kullanılarak elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda hiçbir kalite boyutunun olumlu çıkmadığı ve Servqual skorunun negatif olduğu görülmüştür. Bu da hastaların memnuniyetinin sağlanmadığını göstermektedir.

Ayaza ve Arakaya'nın (2017) araştırmasının amacı, Karabük Üniversitesi öğrenci işleri biriminin öğrencilere sağladığı hizmetin yeterliliğini belirlemektir. Çalışmada, 2014-2015 öğretim yılında 507 üniversite öğrencisine anket yöntemi uygulanmıştır. Sonuçlar, öğrenci işlerinin beklenen ve algılanan hizmet kalitesi açısından iyi olduğunu göstermekle birlikte, biraz daha gelişme potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Dinç'in (2017) çalışmasının amacı, Meslek Yüksekokul öğrencilerinin beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığının belirlenmesidir. Anket şeklinde toplanan verileri neticesinde, öğrencilerin Meslek Yüksekokulu Hizmetinden memnun kalmadıkları görülmüştür.

Can'ın (2016) araştırmasının amacı, Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nden hizmet alan öğrencilerin memnuniyet düzeylerini Servqual hizmet kalite ölçüm modeli kullanarak belirlemektir. 400 öğrenciye uygulanan anket çalışması sonucunda, merkez kütüphanenin öğrenci memnuniyetini karşılamadığı görülmüştür.

Aygün'ün (2014) gerçekleştirdiği çalışma, Bitlis Eren Üniversitesi merkez kampüsünde eğitim gören öğrencilerin hizmet kalitesi memnuniyetlerinin tespit edilmesini amaçlamaktadır. Anket yöntemiyle 76 öğrenci üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, genel olarak öğrenci beklentilerinin tatmin edilmediği gözlenmiştir.

Türel ve Aytaç'ın (2014) araştırması, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerine anket yöntemiyle uygulanmıştır. Çalışmanın hedefi, öğrencilerin bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesini Servqual ölçeği kullanarak belirlemektir. Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin beklentilerinin tam anlamıyla karşılanmadığı tespit edilmiştir.

Filiz ve Kolukısaoglu'nun (2013) araştırması, Antalya'da faaliyet gösteren hizmet sektöründeki işletmelerin müşterilerine yönelik gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, işletmelerin müşterilerine anket yöntemiyle veriler toplanmış ve Servqual hizmet kalite ölçüm modeli kullanılarak müşteri memnuniyeti ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar, genel olarak müşterilerin beklentilerine uygun hizmetler aldıklarını ve işletmelerden memnun olduklarını göstermektedir.

Dalgıç'ın (2013) araştırmasının amacı, Antalya'daki konaklama işletmelerinin Servqual hizmet kalite ölçüm modelini kullanarak kalitelerinin değerlendirilmesidir. Araştırma sonuçlarına göre, konaklama işletmelerinin kalite puanlarının yüksek olduğu ve hizmet kalite boyutlarının birbirleriyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Bektaş ve Akman'ın (2013) araştırmasının amacı, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde örgün eğitim alan öğrencilerin, yükseköğretimde kullanılan HEDPERF hizmet kalite ölçüm modelinin geçerliliği ve güvenilirliğini belirlemektir. Yapılan analizler sonucunda, bu ölçeğin Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarında güvenilir ve kullanılabilir olduğu tespit edilmiştir.

Bostancıoğlu'nun (2012) çalışmasının amacı, Samsun İl Özel İdaresinden hizmet alan vatandaşların bekledikleri ile algıladıkları hizmet derecesinin Servqual ölçeği kullanılarak belirlenmesidir. 2011 yılında 131 kişiye uygulanan çalışma sonucunda il özel idaresinin sunmuş olduğu hizmet kalitesinin iyi olduğu görülmüştür.

Açan ve Seydan'ın (2009) çalışmasının amacı, Kafkas Üniversitesi öğrencilerinin akademik kalite beklentileri ve öğrenci memnuniyetinin belirlenmesidir. Araştırma, 700 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Sonuçlar, genel olarak öğrencilerin Kafkas Üniversitesi'nde aldıkları eğitimden ve öğretim elemanlarının kalitesinden memnun olduklarını göstermektedir.

Biçici ve Hançer'in (2008) araştırmasının amacı, Kuşadası ve Didim'deki öğrencilerin yiyecek ve içecek işletmelerinden beklentilerini karşılayıp

karşılamadığını incelemektir. Çalışmanın sonuçları, Kuşadası ve Didim'deki hizmet işletmelerinin öğrenci beklentilerini karşılamada yetersiz kaldığını göstermektedir.

Özçalık'ın (2007) araştırmasının amacı, üniversitelerde hizmet sunulan öğrencilerin, Servqual hizmet kalitesi ölçeği kullanarak algıladıkları hizmetlerin beklentilerinin ne ölçüde karşılandığını belirlemektir. Araştırma dört farklı fakültede öğrenim gören öğrencilere uygulanmış ve sonuçlar incelendiğinde, öğrencilerin aldıkları eğitimle ilgili memnuniyet düzeylerinin yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, demografik özelliklere bağlı olarak farklılıklar gözlenmiştir.

Sakarya'nın (2006) araştırmasında, öğrenci memnuniyetini ölçmek için hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan araçlardan faydalanılmıştır. Çalışma, 2. ve 4. sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Bu çalışmanın asıl amacı, öğrencileri hizmet üretim süreçlerine dahil etmektir, böylece onların görüşleri ve beklentileri dikkate alınarak hizmet kalitesinin iyileştirilmesi hedeflenmektedir.

Özgül ve Devabakan'ın (2005) araştırmasının amacı, Ege Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi'nde öğrenim gören işletme bölümü öğrencilerinin hizmet kalite algılarını Servqual tekniği kullanarak karşılaştırmaktır. Çalışma, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, her iki üniversitede de öğrencilerin algıladıkları hizmetin beklentilerini karşılamadığı tespit edilmiştir.

BÖLÜM4: YÖNTEM VE BULGULAR

4.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Ankara’da bir vakıf üniversitesinin tıp fakültesinde gerçekleştirilen bir araştırma, öğrencilerin üniversite tarafından sunulan hizmetin beklentilerini karşılama derecesini ölçmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışmada, üniversitede öğrenim gören öğrencilerin ideal bir üniversite kavramına olan algıları ölçülmekte ve aldıkları hizmetlerin kalitesi incelenmektedir. Ayrıca, öğrencilerin üniversiteden beklentileri ile algıları arasındaki kalite farkı belirlenerek öğrenci memnuniyet düzeyleri tespit edilmektedir.

4.2. Araştırmanın Önemi ve Kapsamı

Bu araştırma, Ankara’da bir vakıf üniversitesinin tıp fakültesinin hizmet kalitesini artırmada katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Ayrıca, üniversitenin hedeflediği hizmet kalitesi seviyelerine ulaşmak için düzenli aralıklarla yapılan kalite durum değerlendirmelerine ve somut katkı sağlamasına büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışma, Ankara’da bir vakıf üniversitesinin tıp fakültesinde öğrenim gören 200 öğrenciye anket formu aracılığıyla uygulanmıştır. Araştırma, Tıp Fakültesinin öğrenci kitlesini kapsayan bir alanı kapsamaktadır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

4.3.1. Kuramsal çerçeve

Hizmetlerin niteliği, somut ürünlerin kalite kavramlarından ayrılarak benzersiz bir yapıya sahiptir. Hizmetler, soyut ve immateryal ürünler olduğundan dolayı kalitenin ölçülmesi karmaşıktır. Servqual olarak adlandırılan bir ölçüm modeli, mükemmel hizmet kalitesinin müşteri beklentilerini tam olarak karşılamak veya aşmak olduğunu öne sürer. Bu modele göre, tüketiciler hizmeti almadan önce çeşitli değişkenlerle ilgili beklentilere sahiptir ve hizmeti aldıktan sonra beklentilerini aldıkları hizmetle karşılaştırırlar.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen Servqual modeli, hizmet kalitesinin ölçülmesinde önemli bir araç olarak kabul edilir ve geniş çapta kullanılan bir yaklaşımdır (Değermen, 2011). Bu model, hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için bir çerçeve sunar. Servqual modeli, müşterilerin beklentilerinin

belirlenmesi ve onların istekleri ile ihtiyaçlarının anlaşılmasıyla başlar. Ardından, müşterilerin deneyimledikleri hizmete ilişkin algılamaları ölçülerek memnuniyet düzeyleri belirlenmeye çalışılır. Aynı zamanda, müşterilerden hizmetle ilgili önceliklerini ifade etmeleri istenir. Bu sayede, Servqual modeli aracılığıyla müşterilerin beklentilerinin ne kadarının karşılandığı ve hizmetin kalitesinin nasıl değerlendirildiği belirlenmeye çalışılır.

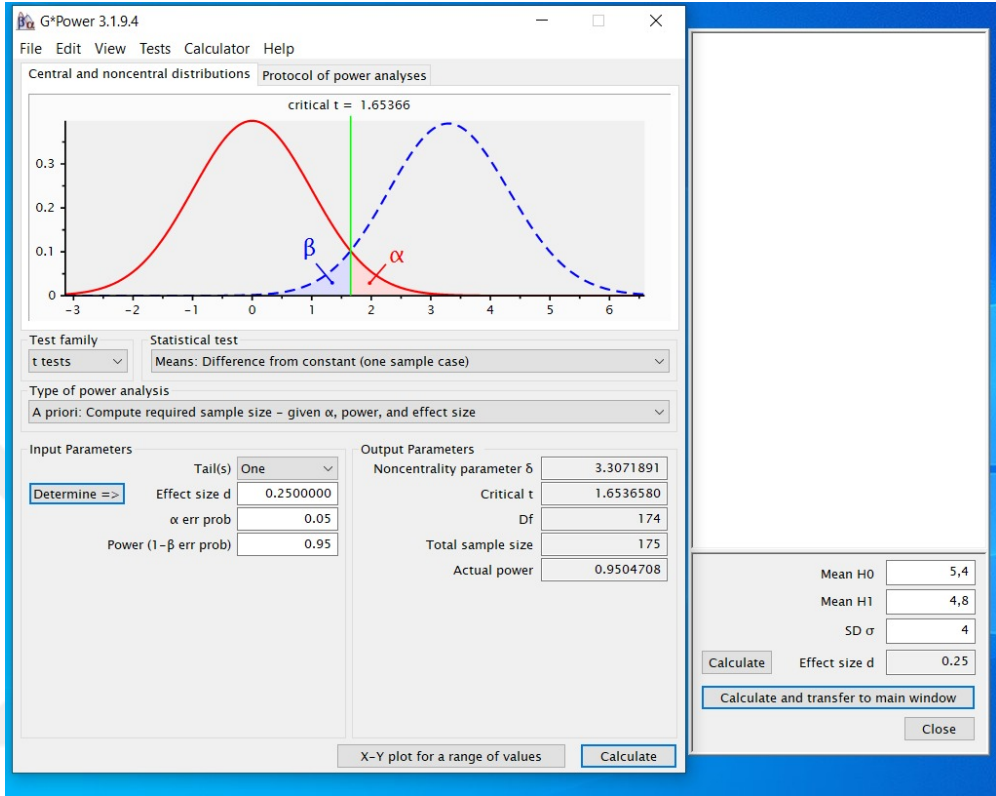
Servqual modeline göre, algılanan hizmet, müşterinin hizmeti alma öncesi beklentileri ile gerçek hizmet deneyimini karşılaştırarak oluşturduğu bir değerlendirmedir. Bu değerlendirme süreci, müşterinin önceden belirlediği beklentileriyle hizmetin gerçek sunumu arasındaki farkları dikkate alarak gerçekleşir. Algılanan hizmet, müşterinin deneyimlediği hizmetin kalitesini değerlendirirken subjektif bir yaklaşım benimser. Müşterinin algıladığı hizmet, hizmet beklentilerine ne kadar uyum sağlandığını gösteren bir ölçüt olarak değerlendirilir. Bu değerlendirme süreci, müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini belirlemek için önemli bir rol oynar. Servqual modeli, hizmet kalitesini ölçmek için fiziksel unsurlar, güvenilirlik, duyarlılık, yetkinlik ve empati olmak üzere beş boyuttan oluşan bir sistem kullanır. Bu ölçek, 22 önerme içeren iki bölümden oluşur. İlk bölümde, tüketicinin hizmet işletmesinden beklentileri ölçülürken, ikinci bölümde ise müşterinin algıladığı hizmet performansı aynı maddeler kullanılarak ayrı ayrı değerlendirilir. Ölçekte, “gerekli olduğu” ile “gereksiz olduğu” arasında değişen beşli Likert ölçeği kullanılmaktadır.

Araştırma kapsamında, standart Servqual formuna sadık kalınarak 44 önerme içeren bir anket formu kullanılmıştır. Bu anket formu, beklentileri ve algıları belirlemeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Ayrıca, kalite boyutlarının önem derecelerini değerlendirmek amacıyla her boyut için 100 üzerinden puanlama yapılan bir bölüm anket formuna eklenmiştir. İlk bölümde ise katılımcıların demografik bilgilerinin toplanması hedeflenmiştir. Ankette yer alan önermeler, ekte sunulan şekilde gösterilmiştir. Toplanan veriler, Servqual metodolojisinin özgün hesaplama yöntemiyle değerlendirilmiş ve istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

4.3.2. Veri toplama tekniği

Belirlenen ana kütlenin, fakülteye kayıtlı öğrenci sayısı olduğu belirtilmiştir. Anket uygulaması, 2023 bahar döneminde gerçekleştirilmiş olup, bu dönemde öğrenci mevcudu 550 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada olasılıklı örnekleme

yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme kullanılmıştır. Güven düzeyi %95 ve hata oranı 0.05 olarak belirlenerek, hesaplanan örneklem büyüklüğü 175 olarak saptanmıştır. Bu örneklem büyüklüğü, araştırmanın istatistiksel olarak güvenilir sonuçlar üretmesi için yeterli kabul edilmektedir.



Şekil 1: Örneklem Büyüklüğü Hesaplanması

Örneklem sayısını belirlemek amacıyla G*Power (v3.1.9.7) programı kullanılarak güç analizi yapılmıştır. Çalışmanın gücü $1 - \beta$ (β = II. tip hata olasılığı) olarak ifade edilir. (Faul, Erdfelder, Lang ve Buchner, 2007). Yapılan hesaplamada $\alpha = 0,05$ düzeyinde %95 güç elde etmek için etki büyüklüğü (d) 0,25 bulunmuştur. Buna göre çalışmada en az 175 kişi olması gerektiği hesaplanmıştır. Veri kaybı ihtimaline karşı %10 fazla kişinin çalışmaya dahil edilmesine karar verilmiştir. Bu yüzden çalışma 200 kişi ile yapılmıştır.

Hizmet kalitesini etkileyen kavramların araştırılması ve ölçülmesi için nicel verilere dayalı bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu çalışmada, güvenilirlik ve geçerlilik ilkeleri dikkate alınmış ve ölçekleme sürecinde sınıflandırılmalı, sıralamalı ve çok maddeli ölçeklerden Likert ölçek tipi kullanılmıştır. Bu ölçekleme yöntemi, katılımcıların görüşlerini belirli bir ölçüde ifade etmelerini sağlamış ve çalışmada kullanılan kavramların doğru bir şekilde değerlendirilmesini desteklemiştir.

Anket formu, dört ayrı bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla hazırlanan soruları içermektedir. Ardışık iki bölüm, Parasuraman ve ekibi tarafından geliştirilen 5 boyutlu Servqual modeline dayanarak öğrencilerin beklenti ve algılarını tespit etmeyi amaçlayan 22 ifadeyi içermektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Bu ifadeler, hizmet kalitesini değerlendirmek için kullanılan standart bir ölçüm aracıdır. Öğrencilerden, mükemmel bir üniversite için önce ve ardından eğitim aldıkları üniversite için her bir önermeye ne derecede katıldıklarını belirtmeleri istenmiştir. Katılım dereceleri, 1'den 5'e kadar bir ölçekte ifade edilmektedir. Anket formunun son bölümünde, kalite boyutlarının önem derecelerini belirlemek amacıyla her boyutun 100 üzerinden değerlendirilmesi istenmiştir.

4.3.3. Verilerin analizi

Örnekleme işlemi tamamlandıktan sonra, elde edilen verilerin analizi için SPSS 26.0 İstatistik programı ve Microsoft Excel kullanılmıştır. Veriler, tablolar şeklinde düzenlenmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırmanın ilk kısmında katılımcıların betimsel özellikleri ve düşüncelerini ortaya koyabilmek amacıyla frekans tabloları yer almaktadır. Araştırmanın güvenilirliğinin önemi sebebiyle çalışmanın Cronbach Alpha katsayısına yer verilmiştir. Çalışmanın devamında, öğrencilerin beklentileri ve algılarını belirleyebilmek amacıyla ortalamalar, minimum ve maximum değerler ve standart sapma değerleri ortaya konmuştur. Faktör analizi yapılarak mevcut 22 değişken 5 boyut altında toplanmıştır. Faktör analizinden sonra, Servqual puanları hesaplanmıştır. Bunun için öncelikle, her bir faktöre ilişkin ortalamalar ve standart sapmalar hesaplanmış daha sonra, bu ortalamaların da ortalaması alınarak her bir boyut için Servqual puanları bulunmuştur. Son olarak, önem dereceleri ile ağırlıklandırılarak, ağırlıklandırılmış ortalama Servqual puanları hesaplanmıştır.

4.4.Araştırma Bulguları

4.4.1. Frekans analizi

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla, ankete katılan öğrencilere cinsiyet, yaş, lise türü, sınıf, bursluluk durumu ve barındığınız yer gibi

sorular yöneltmiş ve bu sorulara verilen cevaplar frekans tabloları şeklinde sunulmuştur.

Tablo 4: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	134	67
Erkek	66	33
Toplam	200	100

Araştırmaya katılan ve anketteki ifadeleri yanıtlayan öğrencilerin cinsiyet dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %67'sinin (134 kişi) kadınlar ve %33'nün (66 kişi) erkeklerden toplam 200 kişiden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Doğum Yılına Göre Dağılımı

Doğum Yılı	Frekans	Yüzde
1996	1	0,5
1997	1	0,5
1998	2	1
1999	4	2
2000	9	4,5
2001	46	23
2002	52	26
2003	51	25,5
2004	30	15
2005	4	2
Toplam	200	100

Katılımcıların en yüksek oranda (%74,5) 2001-2003 yılları arasında doğanlar olduğu ve toplamda 149 kişiyi temsil ettiği görülmüştür. Ayrıca, 2004 yılında doğanlar katılımcıların (%15) toplamda 30 kişiyi oluşturduğu belirlenmiştir. Bu iki grup (2001-2004 yılları arasında doğanlar), toplam katılımın %89,5'ini oluşturmaktadır. Diğer yıllarda doğanlara bakıldığında, 2000 yılında doğan katılımcı sayısı 9 kişi (%4,5), 1999 yılında doğan katılımcı sayısı 4 kişi (%2), 2005 yılında doğan katılımcı sayısı 4 kişi (%2), 1998 yılında doğan katılımcı sayısı 2 kişi (%1), 1997 yılında doğan katılımcı sayısı 1 kişi (%0,5) ve 1996 yılında doğan katılımcı sayısı 1 kişi (%0,5) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 6: Katılımcıların Mezun Oldukları Lise Türüne Göre Dağılımı

Lise Türü	Frekans	Yüzde
Özel Okul	115	57,5
Devlet Okulu	85	42,5
Toplam	200	100

Araştırmaya katılan ve ankete cevap veren öğrencilerin mezun oldukları lise türüne göre dağılımı incelendiğinde, özel okulda öğrenim görenlerin oranının %57,5 (115 kişi), devlet okulunda öğrenim görenlerin oranının ise %42,5 (85 kişi) olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Katılımcıların Eğitim Gördükleri Sınıflara Göre Dağılımı

Sınıf	Frekans	Yüzde
1.Sınıf	94	47
2.Sınıf	72	36
3.Sınıf	34	17
Toplam	200	100

Araştırmaya katılan ve incelenen katılımcıların sınıf düzeyine göre dağılımı analiz edildiğinde, öğrencilerin %47'sinin (94 kişi) 1. sınıfta, %36'sının (72 kişi) 2. sınıfta ve %17'sinin (34 kişi) 3. sınıfta öğrenim gördüğü görülmektedir.

Tablo 8: Katılımcıların Bursluluk Durumuna Göre Dağılımı

Bursluluk Durumu	Frekans	Yüzde
Burslu	28	14
%50 İndirimli	153	76,5
Ücretli	19	9,5
Toplam	200	100

Araştırmaya katılan ve incelenen katılımcıların bursluluk durumuna göre dağılımı analiz edildiğinde, öğrencilerin %14'ünün (28 kişi) burslu, %76,5'inin (153 kişi) %50 indirimli ve %9,5'inin (19 kişi) ücretli olarak öğrenim gördüğü görülmektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Barındıkları Yer Durumuna Göre Dağılımı

Barınılan Yer	Frekans	Yüzde
Aile Evi	94	47
Devlet Yurdu	4	2
Öğrenci Evi	50	26
Özel Yurt	52	25
Toplam	200	100

Öğrencilerin Ankara'da barındıkları yerle ilgili sonuçlar incelendiğinde, öğrencilerin %47'sinin (94 kişi) aile evinde, %2'sinin devlet yurdunda, %26'sının öğrenci evinde ve %25'inin özel yurtlarda barındıkları görülmektedir.

4.4.2. Güvenilirlik analizi

Güvenilirlik analizi, bir ölçeğin içerisindeki maddeler arasındaki ilişkileri değerlendirerek ölçeğin tutarlılığını ölçmeyi amaçlar. Güvenilirlik analizi, ölçeğin geçerliliği için önemli bir adımdır. Bu çalışmada, ölçeğin iç tutarlılığını test etmek amacıyla Cronbach Alpha katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alpha katsayısı, ölçeğin içerisindeki maddelerin birbirleriyle tutarlı bir şekilde ilişkilendirilmesini sağlar ve ölçeğin güvenilirliğini ölçme imkanı sunar. Alfa Değeri, 0 ile 1 arasında değer alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0.70 olması arzu edilir (Altunışık vd., 2005:

115-116). Alfa katsayısının bulunduğu aralık ve buna bağlı olarak ölçeğin güvenilirlik durumu aşağıda belirtilmiştir:

- $\leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirlik göstermektedir.
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Referanslara dayanarak yapılan bu değerlendirme, alfa katsayısının ölçeğin güvenilirlik durumunu belirlemede kullanılabileceği aralıkları ve seviyeleri göstermektedir.

Anketin, öğrencilerin beklentilerini ve algılarını ölçen iki ayrı bölümü ayrı ayrı test edilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur: Beklentiler bölümü için Cronbach Alpha katsayısı 0.965 olarak bulunurken, Algılamalar bölümü için ise Cronbach Alpha katsayısı 0.963 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgular, her iki bölümün

de yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin beklentilerini ve algılarını doğru bir şekilde ölçmek için kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu ve güvenilir sonuçlar elde edildiğini işaret etmektedir.

Anketin, ilgili önermelerinden oluşan beş boyut da ayrıca test edilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur:

Somut Özellikler; Cronbach Alpha katsayısı (Beklentiler): 0,884 ve Cronbach Alpha katsayısı (Algılamalar): 0,883 olarak tespit edilmiştir.

Güvenilirlik; Cronbach Alpha katsayısı (Beklentiler): 0,962 ve Cronbach Alpha katsayısı (Algılamalar): 0,929 olarak tespit edilmiştir.

Heveslilik; Cronbach Alpha katsayısı (Beklentiler): 0,880 ve Cronbach Alpha katsayısı (Algılamalar): 0,880 olarak tespit edilmiştir.

Güven; Cronbach Alpha katsayısı (Beklentiler): 0,948 ve Cronbach Alpha katsayısı (Algılamalar): 0,900 olarak tespit edilmiştir.

Empati; Cronbach Alpha katsayısı (Beklentiler): 0,896 ve Cronbach Alpha katsayısı (Algılamalar): 0,891 olarak tespit edilmiştir.

Bu bulgular, her beş boyutun da yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin beklentilerini ve algılarını doğru bir şekilde ölçmek için kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu ve güvenilir sonuçlar elde edildiğini işaret etmektedir.

4.4.3. Öğrencilerin üniversiteden beklentileri

Öğrencilerden, beklentilerini ölçmek amacıyla sunulan 22 ifadeye, 1'den 5'e kadar olan bir ölçek kullanarak değerlendirme yapmaları istenmiştir. Servqual puanlarının hesaplanmasından önce, öğrencilerin üniversiteden beklentilerine ilişkin istatistikler aşağıda yer alan tabloda bulunmaktadır. Gözlemlediğimiz gibi, öğrencilerin büyük bir çoğunluğu tüm ifadelere katıldıklarını belirtmiş ve bu ifadelerin üniversiteden beklentilerini yansıttığını dile getirmişlerdir.

Tablo 10: Öğrencilerin Üniversiteden Beklentileri

		N	Min.	Max.	Ortalama	Std. Sapma
1	Mükemmel üniversiteler modern görünüşlü donanıma sahiptir.	200	1,00	5,00	3,8550	1,19630
2	Mükemmel üniversitelerin binaları ve iç ortamları, göze hoş görünür.	200	1,00	5,00	3,9200	1,09526
3	Mükemmel üniversitelerin çalışanları temiz ve düzgün görünüştüdür	200	1,00	5,00	4,1550	0,98275
4	Mükemmel üniversitelerde hizmet verilirken kullanılan malzemeler göze hoş görünür.	200	1,00	5,00	4,0150	0,99485
5	Mükemmel üniversitelerin yönetimleri verdiği sözü zamanında yerine getirir.	200	1,00	5,00	4,6750	0,80162
6	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğu zaman bu sorunu çözmek için gerekli ilgiyi gösterir.	200	1,00	5,00	4,6450	0,77588
7	Mükemmel üniversiteler, hizmetlerini ilk seferde doğru olarak verir.	200	1,00	5,00	4,3800	0,88856
8	Mükemmel üniversiteler hizmetlerini daha önceden söyledikleri zaman içinde verir.	200	1,00	5,00	4,5750	0,86494
9	Mükemmel üniversiteler kayıtların hatasız	200	1,00	5,00	4,6000	0,83275

	tutulmasında çok titizdir.					
10	Mükemmel üniversitelerin çalışanları hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilere söyler.	200	1,00	5,00	4,5600	0,81222
11	Mükemmel üniversitelerin çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.	200	1,00	5,00	4,4350	0,86575
12	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilere yardım etmeye her zaman hazır ve gönüllüdür.	200	1,00	5,00	4,4450	0,86645
13	Mükemmel üniversitelerin çalışanları hiçbir zaman öğrencilere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.	200	1,00	5,00	3,9700	1,14264
14	Mükemmel üniversite çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır.	200	1,00	5,00	4,4800	0,89645
15	Mükemmel üniversitelerin öğrencileri üniversite ile ilgili olan ilişkilerinde kendilerini güvende hisseder.	200	1,00	5,00	4,5250	0,82021
16	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilere karşı her zaman saygılıdır.	200	1,00	5,00	4,4750	0,85029
17	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.	200	1,00	5,00	4,5900	0,82784

18	Mükemmel üniversiteler her öğrenciyle tek tek ilgilendir.	200	1,00	5,00	3,8600	1,15632
19	Mükemmel üniversitelerin çalışma saatleri bütün öğrencilere uygun olacak şekildedir.	200	1,00	5,00	3,9650	1,14030
20	Mükemmel üniversiteler her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.	200	1,00	5,00	3,8200	1,10622
21	Mükemmel üniversiteler öğrencilerinin çıkarlarını korur.	200	1,00	5,00	4,3950	0,91825
22	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.	200	1,00	5,00	4,1100	1,11089

Öğrenciler, özellikle üstün niteliklere sahip üniversitelerde çalışan personelin hijyenik ve nezih bir görünüm sergilemesi, hizmet sunumunda kullanılan malzemelerin estetik açıdan çekici olması, yönetimin verdiği taahhütleri zamanında yerine getirmesi, personelin öğrencilerin sorunlarıyla ilgilendiği zaman gereken ilgiyi göstermesi, hizmetlerin ilk seferde doğru bir şekilde sunulması, hizmetlerin önceden belirlenen zaman aralığında sunulması, kayıtların hatasız bir şekilde tutulması konularında beklentilerini dile getirmişlerdir. Bunun yanı sıra, personelin öğrencilere hizmetlerin tam olarak ne zaman sunulacağını açıklaması, hizmetlerin en kısa sürede sunulması, personelin öğrencilere her zaman yardımcı olmaya istekli ve hazır olması, personelin davranışlarıyla öğrencilerde güven duygusu uyandırması, öğrencilerin üniversite ile ilişkilerinde kendilerini güvende hissetmeleri, personelin öğrencilere karşı her zaman saygılı olması, personelin öğrencilerin sorularına cevap verebilecek düzeyde bilgiye sahip olması, öğrencilerin çıkarlarını koruması ve personelin öğrencilerin özel taleplerini ve ihtiyaçlarını anlaması gibi ifadeler, diğerlerine göre daha büyük önem taşımaktadır.

4.4.4. Öğrencilerin üniversiteden algılamaları

Öğrencilerin, eğitim hizmeti aldıkları üniversiteye ilişkin algılarını değerlendirmek amacıyla sunulan 22 ifadeyi 1'den 5'e kadar bir ölçek kullanarak derecelendirmeleri istenmiştir. Aşağıdaki tabloda, algılamalarla ilgili istatistiksel veriler sunulmaktadır.



Tablo 11: Öğrencilerin Üniversiteye İlişkin Algılamaları

		N	Min.	Max.	Ortalama	Std. Sapma
1	Üniversitemiz modern görünürlü donanımına sahiptir.	200	1,00	5,00	3,6450	1,18151
2	Üniversitemizin binaları ve iç ortamları, göze hoş görünür.	200	1,00	5,00	3,5900	1,13505
3	Üniversitemizin çalışanları temiz ve düzgün görünürlüdür.	200	1,00	5,00	4,0450	1,01396
4	Üniversitemiz’de hizmet verilirken kullanılan malzemeler göze hoş görünür.	200	1,00	5,00	3,8100	1,14913
5	Üniversitemizin yönetimi verdiği sözünü zamanında yerine getirir.	200	1,00	5,00	2,3550	1,19840
6	Üniversitemizin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğu zaman bu sorunu çözmek için gerekli ilgiyi gösterir.	200	1,00	5,00	2,6100	1,28302
7	Üniversitemiz hizmetlerini ilk seferde doğru olarak verir.	200	1,00	5,00	2,3700	1,26137
8	Üniversitemiz hizmetlerini daha önceden söyledikleri zaman içinde verir.	200	1,00	5,00	2,3500	1,28677
9	Üniversitemiz kayıtların hatasız tutulmasında çok titizdir.	200	1,00	5,00	2,9500	1,27894
10	Üniversitemizin çalışanları hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilere söyler.	200	1,00	5,00	2,3200	1,23092
11	Üniversitemiz çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.	200	1,00	5,00	2,6150	1,31355

12	Üniversitemiz çalışanları öğrencilere yardım etmeye her zaman hazır ve gönüllüdür.	200	1,00	5,00	3,0150	1,33931
13	Üniversitemiz çalışanları hiçbir zaman öğrencilere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.	200	1,00	5,00	2,9650	1,32762
14	Üniversitemizin çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır.	200	1,00	5,00	2,8800	1,36562
15	Üniversitemizin öğrencileri üniversite ile ilgili olan ilişkilerinde kendilerini güvende hisseder.	200	1,00	5,00	2,7400	1,36076
16	Üniversitemizin çalışanları öğrencilere karşı her zaman saygılıdır.	200	1,00	5,00	3,5650	1,34343
17	Üniversitemizin çalışanları öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.	200	1,00	5,00	3,2000	1,30711
18	Üniversitemiz her öğrenciyle tek tek ilgilenir.	200	1,00	5,00	2,5700	1,33943
19	Üniversitemizin çalışma saatleri bütün öğrencilere uygun olacak şekildedir.	200	1,00	5,00	3,0600	1,32483
20	Üniversitemiz her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.	200	1,00	5,00	2,6000	1,29553
21	Üniversitemiz öğrencilerinin çıkarlarını korur.	200	1,00	5,00	2,7600	1,34963
22	Üniversitemiz çalışanları öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.	200	1,00	5,00	2,6450	1,29900

Öğrenciler, üniversitelerinin özellikle modern bir görünüme sahip olması, binalarının ve iç mekanlarının estetik açıdan çekici olması, çalışanlarının temiz ve düzgün bir görünüm sergilemesi, hizmet sunumunda kullanılan malzemelerin görsel

olarak çekici olması, çalışanların her zaman öğrencilere yardımcı olmaya istekli ve gönüllü olması, öğrencilere karşı her zaman saygılı davranması, öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olması ve çalışma saatlerinin tüm öğrencilerin ihtiyaçlarına uygun olması gibi önermelere diğerlerine göre daha fazla memnuniyet göstermektedirler.

4.4.5. Faktör analizi

Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkileri araştırarak, değişkenlerin daha anlamlı ve özlü bir şekilde sunulmasına olanak sağlayan bir yöntemdir. Bu analiz yöntemi, değişken grupları arasındaki temel ilişkileri belirlemeye odaklanarak, ortak örüntülerin hangi faktörler içinde tanımlanabileceğini açıklar. Amacı, değişkenler arasında ortak özellikler oluşturarak kavramları anlaşılır boyutlara indirgemektir (Bayram, 2004: 199). Faktör analizi, kavramların açıklanabilir boyutlarının belirlenmesi ve değişken sayısının azaltılması amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Durmuş vd., 2011: 73).

Anketin ikinci ve üçüncü bölümlerinde, beklentileri ve algıları ölçmek amacıyla toplamda 22 adet ifade bulunmaktadır. Bu ifadeler, faktör analizi yöntemi kullanılarak incelenmiş ve ortak özelliklere sahip ifadeler belirli faktörler altında gruplandırılarak daha anlamlı kümelere dönüştürülmeye çalışılmıştır.

Verilerin faktör analizi için uygunluğunu değerlendirmek için kullanılan yöntemler arasında korelasyon matrisinin oluşturulması, Bartlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi bulunmaktadır. Faktör analizi öncesinde, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığını ve verilerin yeterliliğini anlamak amacıyla KMO testi uygulanmıştır. KMO testi, değişkenler arasındaki korelasyon düzeyini ölçerek, faktör analizi için uygunluğun bir göstergesi olarak kullanılır (Pett, Lackey ve Sullivan, 2003; akt: Di Lorio).

KMO değeri, verilerin faktör analizi için uygunluğunu gösteren bir ölçüttür. KMO değeri aşağıdaki aralıklarda yorumlanır:

0,90 - 1,00 arası değerler: mükemmel

0,80 - 0,90 arası değerler: çok iyi

0,70 - 0,80 arası değerler: iyi

0,60 - 0,70 arası değerler: orta

0,50 - 0,60 arası değerler: zayıf

<0,50 değerler: kabul edilemez

Eğer KMO değeri kabul edilemez bir aralıkta bulunuyorsa, daha fazla anketi çalışma kapsamına dahil etmek gerekmektedir. Bu test, verilerin faktör analizi için yeterli ve güvenilir olup olmadığını değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır.

Bartlett testi, korelasyon matrisinin birim matris olduğunu sınyan bir yöntemdir. Bu test, diyagonal terimlerin 1 ve diyagonal olmayan terimlerin 0 olduğu birim matrisin varlığını kontrol etmeyi amaçlar. Ayrıca, test verilerinin çoklu normal dağılımdan gelmesi gerekmektedir (Akgöl ve Çevik, 2003: 428). Faktör analizine devam etmek için "korelasyon matrisi birim matristir" hipotezi reddedilmelidir. H₀ hipotezi reddedildiğinde, değişkenler arasında yüksek korelasyon olduğu ve verilerin faktör analizi için uygun olduğu kabul edilir. Bartlett testi, bu hipotezin reddedilmesi için kullanılan bir testtir ve bir ki-kare değeri sağlar. Anlamlılık değeri ise, 0,05'in altındaysa verilerin çoklu normal dağılımdan geldiği sonucuna varılır. Ancak, bu değeri 0,05'ten büyükse faktör analizi gerçekleştirilemez.

Tablo 12: KMO ve Bartlett Testi

Kaiser- Meyer- Olkin Örneklem Uyum Testi		0,940
Bartlett Testi	Yaklaşık Ki- Kare	5148,047
	Df	231
	Sig.	.000

Sonuçlara göre, verilerin analiz için mükemmel derecede uygun olduğunu gösteren KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,940 olarak bulunmuştur. Ayrıca, Korelasyon Matrisinin birim matris olup olmadığını ve faktör modelinin uygunluğunu değerlendiren Bartlett testinin anlamlılık değeri (p değeri) 0,05'ten küçüktür. Bu sonuç, "korelasyon matrisi birim matristir" H₀ hipotezinin reddedilmesi anlamına gelir ve verilerin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir. Ek olarak, Bartlett testinde p değeri (Sig.) 0,000 olarak elde edilmiştir, bu da verilerin çoklu normal dağılıma uygun olduğu sonucuna işaret eder.

Faktörlerin belirlenmesindeki temel amaç, değişkenler arasındaki ilişkileri en iyi şekilde yansıtan ve değişken sayısını azaltan faktörlerin elde edilmesidir. Bu amaçla, temel bileşenler analizi yöntemi kullanılmaktadır. Ayrıca, verilerin daha anlamlı ve yorumlanabilir hale gelmesi için Varimax rotasyonu uygulanmıştır. Rotasyonun amacı, faktörler arasındaki ilişkileri daha homojen bir şekilde dağıtarak, elde edilen faktörlerin daha anlamlı ve yorumlanabilir olmasını sağlamaktır. Bu şekilde, faktörlerin daha net bir şekilde tanımlanması ve anlamlandırılması hedeflenir.



Tablo 13: Dönüştürülmüş Faktör Matrisi

		1	2	3	4	5
1	Üniversiteler modern görünürlü donanımına sahiptir.			0,857		
2	Üniversitelerin binaları ve iç ortamları, göze hoş görünür.			0,699		
3	Üniversitelerin çalışanları temiz ve düzgün görünürlüdür.			0,848		
4	Üniversitelerde hizmet verilirken kullanılan malzemeler göze hoş görünür.			0,834		
5	Üniversitelerin yönetimleri verdiği sözü zamanında yerine getirir.	0,902				
6	Üniversitelerin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğu zaman bu sorunu çözmek için gerekli ilgiyi gösterir.	0,878				
7	Üniversiteler, hizmetlerini ilk seferde doğru olarak verir.	0,757				
8	Üniversiteler hizmetlerini daha önceden söyledikleri zaman içinde verir.	0,891				
9	Üniversiteler kayıtların hatasız tutulmasında çok titizdir.	0,890				
10	Üniversitelerin çalışanları hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilere söyler.		0,761			
11	Üniversitelerin çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.		0,761			

12	Üniversitelerin çalışanları öğrencilere yardım etmeye her zaman hazır ve gönüllüdür.		0,657			
13	Üniversitelerin çalışanları hiçbir zaman öğrencilere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.		0,767			
14	Üniversite çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır.				0,784	
15	Üniversitelerin öğrencileri üniversite ile ilgili olan ilişkilerinde kendilerini güvende hisseder.				0,809	
16	Üniversitelerin çalışanları öğrencilere karşı her zaman saygılıdır.				0,657	
17	Üniversitelerin çalışanları öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.				0,860	
18	Üniversiteler her öğrenciyle tek tek ilgilenir.					0,786
19	Üniversitelerin çalışma saatleri bütün öğrencilere uygun olacak şekildedir.					0,703
20	Üniversiteler her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.					0,878
21	Üniversiteler öğrencilerinin çıkarlarını korur.					0,547
22	Üniversitelerin çalışanları öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.					0,735

Faktör analizi sonucunda, Eigen (özdeğer) değeri 1'den büyük olan beş faktör tespit edilmiştir: Somut Özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati.

Tablo incelendiğinde, öğrencilerin beklenti ve algı düzeylerini ölçmek amacıyla yöneltilen önermeler aşağıdaki şekilde gruplandırılmıştır:

- 1, 2, 3, 4. önermeler Somut Özellikler boyutunu oluşturan hizmet kalitesini ifade etmektedir.
- 5, 6, 7, 8, 9. önermeler Güvenilirlik boyutunu oluşturan hizmet kalitesini ifade etmektedir.
- 10, 11, 12, 13. önermeler Heveslilik boyutunu oluşturan hizmet kalitesini ifade etmektedir.
- 14, 15, 16, 17. önermeler Güven boyutunu oluşturan hizmet kalitesini ifade etmektedir.
- 18, 19, 20, 21, 22. önermeler ise Empati boyutunu oluşturan hizmet kalitesini ifade etmektedir.

Bu şekilde, önermeler farklı boyutlarda gruplandırılarak öğrencilerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarının farklı yönlerini temsil etmektedir.

Bu şekilde, faktör analizinin temel amacı olan değişken sayısının azaltılması başarıyla gerçekleştirilmiştir. Başlangıçta 22 değişken bulunurken, bu değişkenler 5 faktöre indirgenmiştir. Matriste, her bir esas değişkenin hangi faktörle en yüksek mutlak ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Bir değişkenin değeri, mutlak değeri en yüksek ağırlığa sahip olan faktörle yakın ilişki içinde olduğunu gösterir. 0,50 ve üzerindeki mutlak değere sahip ağırlıklar oldukça iyi kabul edilmektedir (Reha Alpar, 2013, ss.848-851).

4.4.6. Servqual puanının hesaplanması

Hizmet kalitesinin belirlenmesinde, sunulan hizmetin performans düzeyi ile hizmeti alan bireyin beklentileri arasındaki farkın değerlendirilmesi büyük önem taşır. Bu değerlendirme sürecinde, öğrencilerin her bir önerme için gerçekten aldıkları hizmete ilişkin algı puanlarından, ifade ettikleri beklenti puanlarını çıkartarak fark değerleri hesaplanır. İlk olarak, öğrencilerin kalite boyutlarına yönelik belirledikleri önem dereceleri dikkate alınmadan ağırlıklandırılmamış Servqual puanı hesaplanır. Ardından, boyutlara atanan önem dereceleri gözetilerek ağırlıklandırılmış Servqual puanı belirlenir.

Öğrenciler, her bir önerme için 1 ile 5 arasında puanlama yaparak, Likert ölçeğini kullanmışlardır. Her öğrenci, önermelere ilişkin kendi görüşlerini ifade etmek amacıyla bu puanlama skalasında bir değer belirtmiştir.

Önermelerin kalite puanı, önermenin algılanan performans puanı ile önermenin beklenti puanı arasındaki fark olarak hesaplanmaktadır. Bu hesaplama, öğrencilerin hizmetle ilgili algıladıkları performans düzeyini, önerme beklentilerine göre değerlendirmelerini sağlamaktadır. Önerme kalite puanı, her bir önerme için öğrencilerin algıladıkları performans ile beklentileri arasındaki farkı ifade eden bir ölçüdür.



Tablo 14: Her Bir Önermenin Servqual Puanı

		N	Ortalama	Std. Sapma
1	Üniversiteler modern görünümlü donanımına sahiptir.	200	-0,210	1,661
2	Üniversitelerin binaları ve iç ortamları, göze hoş görünür.	200	-0,330	1,453
3	Üniversitelerin çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür.	200	-0,110	1,235
4	Üniversitelerde hizmet verilirken kullanılan malzemeler göze hoş görünür.	200	-0,205	1,339
5	Üniversitelerin yönetimleri verdiği sözü zamanında yerine getirir.	200	-2,320	1,359
6	Üniversitelerin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğu zaman bu sorunu çözmek için gerekli ilgiyi gösterir.	200	-2,035	1,354
7	Üniversiteler, hizmetlerini ilk seferde doğru olarak verir.	200	-2,010	1,517
8	Üniversiteler hizmetlerini daha önceden söyledikleri zaman içinde verir.	200	-2,225	1,458
9	Üniversiteler kayıtların hatasız tutulmasında çok titizdir.	200	-1,650	1,395
10	Üniversitelerin çalışanları hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilere söyler.	200	-2,240	1,443
11	Üniversitelerin çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.	200	-1,820	1,510
12	Üniversitelerin çalışanları öğrencilere yardım etmeye her zaman hazır ve gönüllüdür.	200	-1,430	1,505
13	Üniversitelerin çalışanları hiçbir zaman öğrencilere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.	200	-1,005	1,691
14	Üniversite çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır.	200	-1,600	1,514
15	Üniversitelerin öğrencileri üniversite ile ilgili olan ilişkilerinde kendilerini güvende hisseder.	200	-1,785	1,487
16	Üniversitelerin çalışanları öğrencilere karşı her zaman saygılıdır.	200	-0,910	1,491
17	Üniversitelerin çalışanları öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.	200	-1,390	1,421
18	Üniversiteler her öğrenciyle tek tek ilgilenir.	200	-1,290	1,727
19	Üniversitelerin çalışma saatleri bütün öğrencilere uygun olacak şekildedir.	200	-0,905	1,718
20	Üniversiteler her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.	200	-1,220	1,660

21	Üniversiteler öğrencilerinin çıkarlarını korur.	200	-1,635	1,481
22	Üniversitelerin çalışanları öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.	200	-1,465	1,607

Her bir öğrenci için, her bir önermenin Servqual skoru hesaplandıktan sonra, boyutları oluşturan önermelerin Servqual puanları (beklenti - algı) toplanır ve boyutu oluşturan önerme sayısına bölünür. Böylece, her bir boyut için öğrencilerin hizmetin algılanan performansı ile beklentileri arasındaki farkın ortalaması hesaplanır. Ardından, her bir öğrenci için hesaplanan puanlar toplanır ve toplam öğrenci sayısına bölünerek genel bir Servqual puanı elde edilir.

Tablo 15: Ağırlıklandırılmamış Servqual Puanı

Boyutlar	N	Ortalama	Std. Sapma
Somut özellikler	200	-0,2138	0,0901
Güvenilirlik	200	-2,0480	0,2576
Heveslilik	200	-1,6238	0,5287
Güven	200	-1,4213	0,3771
Empati	200	-1,3030	0,2747
Ağırlıklandırılmamış Servqual Puanı		-1,3220	

Servqual puanları, beş boyutu kapsayan hizmet kalitesinin her bir boyutu için toplam boyut sayısı olan beşe bölünerek hesaplanmaktadır. Fakülte öğrencilerinin aldığı eğitim hizmetinden memnuniyet düzeyini yansıtan ağırlıklandırılmamış Servqual puanı -1.3220 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, öğrencilerin genel olarak eğitim hizmetinden memnun olmadıklarını göstermektedir. Ayrıca, somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarını kapsayan hizmet kalitesi boyutları için hesaplanan Servqual puanlarının negatif sonuçlar verdiği gözlemlenmektedir. En yüksek hizmet kalitesine sahip olduğu düşünülen boyut, -0,2138 puanla somut özellikler boyutudur. Ancak, bu negatif değer, öğrencilerin güven boyutuna ilişkin beklentilerinin karşılanmadığını ifade etmektedir. İkinci sırada empati boyutu yer

almaktadır ve hesaplanan değer -1,3030'dur. Güven boyutu -1,4213 puanla üçüncü sırada, heveslilik boyutu -1,6238 puanla dördüncü sırada ve güvenilirlik boyutu ise -2,0480 puanla son sırada yer almaktadır. Tüm bu negatif değerler göz önünde bulundurulduğunda, somut özellikler ve empati boyutlarının diğer boyutlara kıyasla daha yüksek bir memnuniyet sağladığı söylenebilir.

Anketin dördüncü bölümünde öğrencilerden, kalite boyutlarını önem derecelerine göre puanlamalarını talep eden bir soru yer almaktadır. Bu sorunun cevaplarına dayanarak, kalite boyutlarının önem düzeyleri belirlenmiştir.

Tablo 16: Önem Dereceleri

Boyutlar	N	Ortalama	Std. Sapma
Somut özellikler	200	29,050	26,406
Güvenilirlik	200	23,230	17,674
Heveslilik	200	21,855	17,169
Güven	200	26,925	17,893
Empati	200	21,845	18,099

Tablo 16'da görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin görüşlerine göre en yüksek öneme sahip hizmet kalitesi boyutu 29,050 puanla somut özellikler hizmet kalitesi boyutudur. İkinci en önemli hizmet kalitesi boyutu ise 26,925 puanla güven boyutudur. Bu veriler ışığında, öğrencilerin somut özellikler ve güven boyutlarındaki önermelere büyük önem verdikleri anlaşılmaktadır. Hizmet sağlayan kurumun somut özellikler hizmet kalitesi boyutu içinde yer alan önermeler, öğrenciler tarafından en önemli olarak değerlendirilen hususları kapsamaktadır. Bu önermeler arasında, kurumun modern ve estetik donanımına sahip olması, binalarının ve iç ortamlarının göze hoş görünmesi, çalışanların temiz ve düzgün görünüşlü olması, hizmet sırasında kullanılan malzemelerin göze hoş gelmesi gibi unsurlar yer almaktadır.

Güven hizmet kalitesi boyutunu oluşturan önermeler ise öğrenciler tarafından önemli bulunan faktörleri içermektedir. Bu faktörler arasında, çalışanların davranışlarının öğrencilerde güven duygusu uyandırması, öğrencilerin üniversite ile ilişkilerinde kendilerini güvende hissetmeleri, çalışanların öğrencilere her zaman

saygılı olması ve öğrencilere yönelik sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmaları yer almaktadır.

Önem sıralamasına göre üçüncü sırayı, 23,230 puanla güvenilirlik hizmet kalitesi boyutu almaktadır. Dördüncü sırayı ise 21,855 puanla heveslilik hizmet kalitesi boyutu elde etmektedir. En düşük öneme sahip olan hizmet kalitesi boyutu ise empatidir ve bu boyuta 21,845 puan verilmiştir.

Yapılan veri analizi sonucunda, önem sıralamalarında önemli farklılıkların olmadığı gözlemlenmiştir. Somut özellikler ve güven hizmet kalitesi boyutları, en yüksek öneme sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, diğer hizmet kalitesi boyutlarına da benzer bir önem verildiği görülmektedir. Öğrencilerin eğitim hizmetini bütüncül bir perspektifle değerlendirdikleri ve yüksek kaliteyi sağlamak için her boyutun yüksek kalite standartlarına sahip olması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Ağırlıklandırılmış Servqual puanı, her bir boyut için her öğrencinin hesaplanmış Servqual puanlarının, öğrencilerin anketin son bölümünde belirledikleri kalite boyutlarının önem dereceleriyle çarpılarak elde edilen değerlerin toplanmasıyla hesaplanmaktadır. Bu işlem, beş boyut için ayrı ayrı gerçekleştirilir ve elde edilen sonuçlar toplam boyut sayısı olan beşe bölünerek ağırlıklandırılmış Servqual puanı elde edilir.

Ağırlıklandırılmış Servqual puanı hesaplanırken, somut özellikler boyutunun puanıyla 29,050 değeri çarpılır, güvenilirlik boyutunun puanıyla 23,230 değeri çarpılır, heveslilik boyutunun puanıyla 21,855 değeri çarpılır, güven boyutunun puanıyla 26,925 değeri çarpılır ve empati boyutunun puanıyla 21,845 değeri çarpılır. Sonuçlar toplanır ve bu toplam değer beşe bölünerek ağırlıklandırılmış Servqual puanı elde edilir. Bu hesaplama sonucunda elde edilen ağırlıklandırılmış Servqual puanı - 0,426 olarak bulunmuştur.

Tablo 17: Ağırlıklandırılmış Servqual Puanı

Boyutlar	N	Ortalama	Std. Sapma
Somut özellikler	200	-0,051	0,021
Güvenilirlik	200	-0,387	0,049
Heveslilik	200	-0,289	0,094

Güven	200	-0,311	0,083
Empati	200	-1,091	0,554
Ağırlıklandırılmış Servqual Puanı		-0,426	

Ağırlıklandırılmış Servqual puanlarının analizi sonucunda, somut özellikler hizmet kalitesi boyutu en yüksek puanı olan -0,051 ile almıştır. Bu boyut, önem derecesi sıralamasında da birincidir. Neredeyse 0'a yakın bir değerle beklentileri karşılamaya en yakın boyut olarak belirlenmiştir. İkinci en yüksek ağırlıklandırılmış Servqual puanı ise -0,289 ile heveslilik hizmet kalitesi boyutuna aittir. Dördüncü sırada yer almasına rağmen, fakültenin tam olarak beklentilere cevap veremediği anlaşılmaktadır. Güven hizmet kalitesi boyutu, üçüncü sırayı -0,311 puanla almıştır. Önem sıralamasında ikinci olsa da, elde edilen Servqual puanı beklentilerin karşılanmasından uzak olduğunu göstermektedir. Güvenilirlik hizmet kalitesi boyutu ise dördüncü sırayı -0,387 puanla almıştır. Önem sıralamasında üçüncü sırada yer almasına rağmen, Servqual puanı beklentilerin karşılanmadığını göstermektedir. Son olarak, empati hizmet kalitesi boyutu, ağırlıklandırılmış Servqual puanı sıralamasında sonuncu olmuştur, -1,091 puanla. Öğrenciler tarafından en düşük önem derecesine sahip olan bu boyut, diğer boyutlara kıyasla beklentileri karşılamaktan daha uzaktır.

Ağırlıklandırılmış Servqual puanlarına bakıldığında, tüm boyutların negatif değerlerle beklenen hizmet kalitesini karşılamadığı açıkça görülmektedir. Öğrenciler arasında en yüksek düzeyde memnuniyetsizlik yaşanan boyut empati hizmet kalitesi boyutu olarak tespit edilmiştir. Ardından, güvenilirlik, güven, heveslilik ve somut özellikler hizmet kalitesi boyutları sıralanmaktadır. Bu bulgular, fakültenin sunulan hizmetlerde iyileştirmeler yapması ve öğrencilerin beklentilerini daha iyi karşılaması gerektiğini göstermektedir.

4.4.7. Öğrencilerin bursluluk ayrımının servqual kalite puanları açısından karşılaştırılması

Bursluluk durumuna göre fakülte öğrencilerinin beklentilerinin karşılanma durumunu karşılaştırmak amacıyla, kalite boyutlarına dayalı algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans yöntemi uygulanmıştır. Bu çalışmanın temel hedefi, öğrencilerin bursluluk durumuna bağlı olarak farklı algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarını değerlendirmektir.

Tablo 18: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Karşılaştırma Varyans

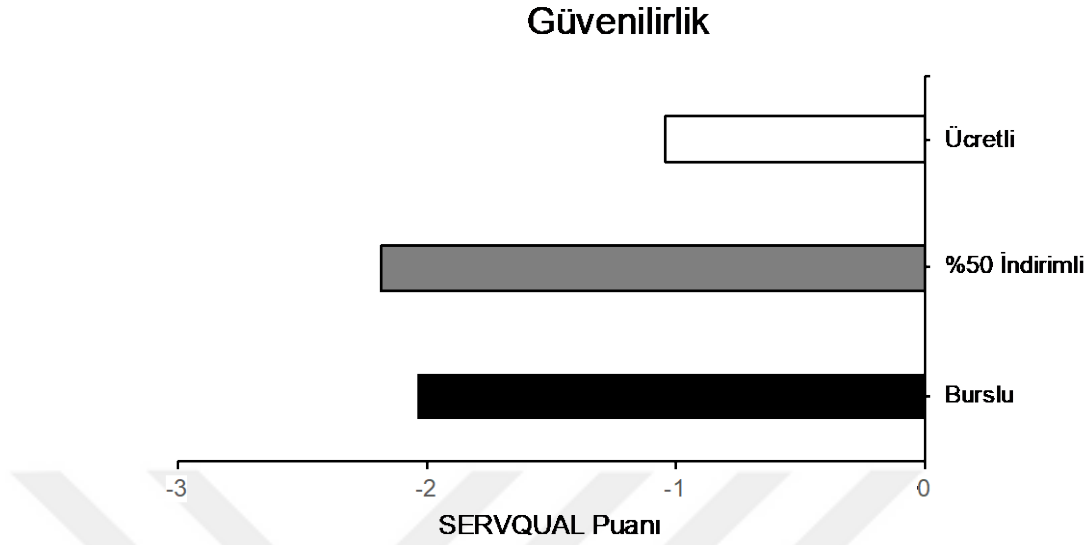
Analizi

Boyutlar	N	Bursluluk(I)	Bursluluk(J)	Ortalama (I-J)	Std. Sapma	p (sig.)
Somut Özellikler	28	Burslu	%50 İndirimli	0,43254	0,23941	0,071
			Ücretli	0,28195	0,34619	0,416
	153	%50 İndirimli	Burslu	-0,43254	0,23941	0,072
			Ücretli	-0,15058	0,28331	0,596
	19	Ücretli	Burslu	-0,28195	0,34619	0,416
			%50 İndirimli	0,15058	0,28331	0,596
Güvenilirlik	28	Burslu	%50 İndirimli	-0,14790	0,24947	0,554
			Ücretli	0,98647	0,36074	0,007*
	153	%50 İndirimli	Burslu	0,14790	0,24947	0,554
			Ücretli	1,13437	0,29522	0,000*
	19	Ücretli	Burslu	-0,98647	0,36074	0,007*
			%50 İndirimli	-1,13437	0,29522	0,000*
Heveslilik	28	Burslu	%50 İndirimli	-0,23039	0,25987	0,376
			Ücretli	0,55263	0,37578	0,143
	153	%50 İndirimli	Burslu	0,23039	0,25987	0,376
			Ücretli	0,78302	0,30753	0,012*
	19	Ücretli	Burslu	-0,55263	0,37578	0,143
			%50 İndirimli	-0,78302	0,30753	0,012*
Güven	28	Burslu	%50 İndirimli	-0,15039	0,25771	0,560
			Ücretli	0,81814	0,37266	0,029*
	153	%50 İndirimli	Burslu	0,15039	0,25771	0,560
			Ücretli	0,96852	0,30497	0,002*
	19	Ücretli	Burslu	-0,81814	0,37266	0,029*
			%50 İndirimli	-0,96852	0,30497	0,002*
Empati	28	Burslu	%50 İndirimli	0,18739	0,27626	0,498
			Ücretli	0,86541	0,39948	0,031*
	153	%50 İndirimli	Burslu	-0,18739	0,27626	0,498
			Ücretli	0,67802	0,32692	0,039*
	19	Ücretli	Burslu	-0,86541	0,39948	0,031*
			%50 İndirimli	-0,67802	0,32692	0,039*

Gruplar arasındaki farklar one-way ANOVA kullanılarak, LSD post hoc testiyle analiz edilmiştir. Değerler ortalama ve standart sapma olarak verilmiş, *p<0.05 istatistiksel anlamlı olarak kabul edilmiştir.

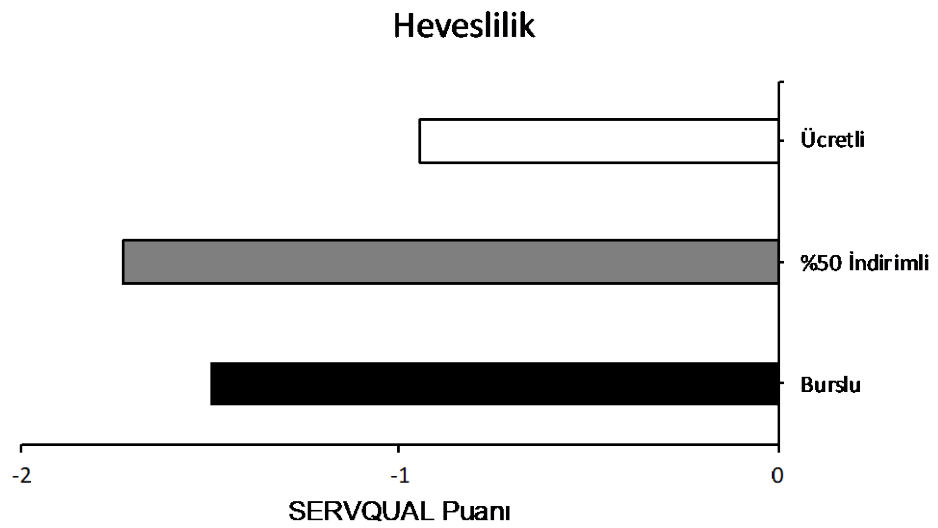
Hizmet kalitesi boyutları bursluluk ayrımıyla incelendiğinde, 0,05 anlamlılık düzeyinde yapılan analiz sonucunda fakülte öğrencilerinin hizmet kalitesi güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarında hizmet kalitesi puanında bursluluklar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Tablo 19: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Güvenilirlik Boyutunun Karşılaştırılması



Güvenilirlik boyutu olarak beklentileri en fazla karşılanandan en az karşılanana göre sıralama yaptığımızda, ücretli, burslu ve %50 indirimli şeklinde oluşmuştur. Yani ücretli öğrenciler, güvenilirlik boyutu açısından eğitim aldıkları fakülteden en fazla memnun olanlar, en az memnun olanlar ise %50 indirimli olan öğrenciler görünmektedir.

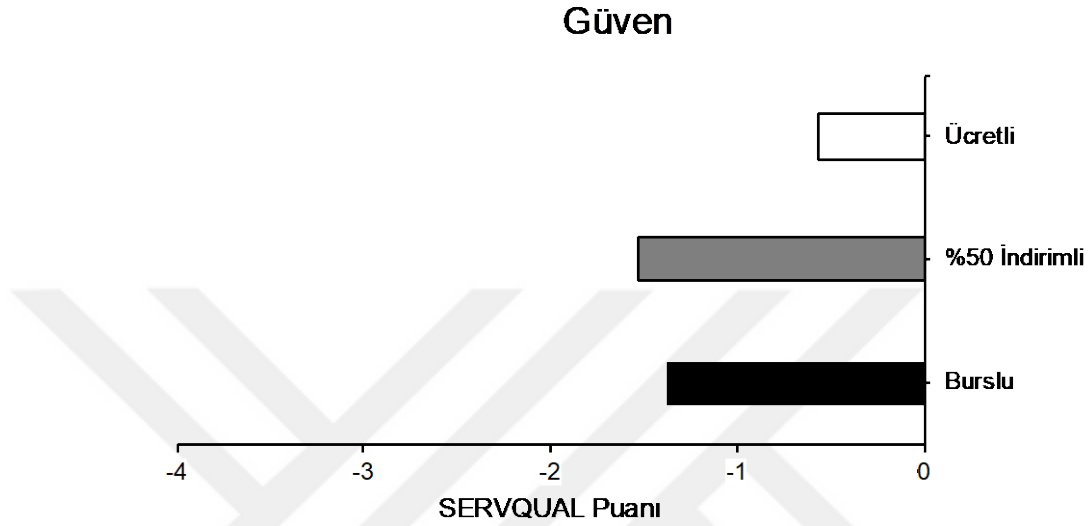
Tablo 20: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Heveslilik Boyutunun Karşılaştırılması



Heveslilik boyutu olarak beklentileri en fazla karşılanandan en az karşılanana göre sıralama yaptığımızda, ücretli, burslu ve %50 indirimli şeklinde oluşmuştur. Bu

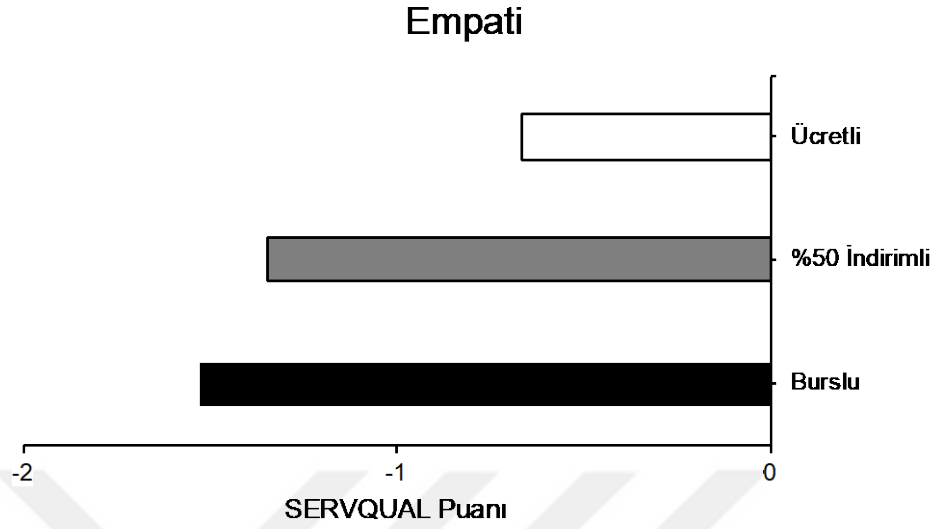
yüzden ücretli öğrenciler, heveslilik boyutu açısından eğitim aldıkları fakülteden en fazla memnun olanlar, en az memnun olanlar ise %50 indirimli olan öğrenciler görülmektedir.

Tablo 21: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Güven Boyutunun Karşılaştırılması



Güven boyutu olarak beklentileri en fazla karşılanandan en az karşılanana göre sıralama yaptığımızda, ücretli, burslu ve %50 indirimli şeklinde oluşmuştur. Bu yüzden ücretli öğrenciler, güven boyutu açısından eğitim aldıkları fakülteden en fazla memnun olanlar, en az memnun olanlar ise %50 indirimli olan öğrenciler görülmektedir.

Tablo 22: Bursluluk Durumuna Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarından Empati Boyutunun Karşılaştırılması



Empati boyutu olarak beklentileri en fazla karşılanandan en az karşılanana göre sıralama yaptığımızda, ücretli, %50 indirimli ve burslu şeklinde oluşmuştur. Bu yüzden ücretli öğrenciler, empati boyutu açısından eğitim aldıkları fakülteden en fazla memnun olanlar, en az memnun olanlar ise burslu olan öğrenciler görünmektedir.

Hizmet kalitesi boyutları cinsiyet, doğum yılı, medeni durum, lisenin türü, sınıf, barınılan yer ayrımıyla incelendiğinde, 0,05 anlamlılık düzeyinde yapılan analiz sonucunda fakülte öğrencilerinin somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarında hizmet kalitesi puanında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Hizmet sektörünün büyümesi ve pazar içerisindeki konumunun genişlemesiyle birlikte, bu alanda kaliteli hizmet sunma bir zorunluluk haline gelmiştir. Üniversite eğitimi de, kalite beklentilerinin arttığı önemli bir hizmet sektörü olarak öne çıkmaktadır. Eğitim sektöründen yetişen bireylerin, istenilen nitelikte eğitim almaları ve değerlendirilmeleri, eğitim sistemlerinin temel hedeflerinden birini oluşturmaktadır. Nitelikli bir eğitim, etkin bir organizasyon yapısı ve kaliteli bir eğitim yönetimi ile gerçekleştirilebilir. Ayrıca, toplumun kalite standardını yükseltebilmek için bireylerin nitelikli bir eğitim almaları sağlanmalıdır. Üniversite eğitiminin yeterli düzeyde kaliteye sahip olması büyük bir önem taşımaktadır. Bu nedenle, eğitimde kalite standardını yakalayabilmek, herhangi bir üniversitede eğitim alma ihtiyacı olan bireylerin beklentilerini en üst seviyede karşılamayı hedeflemekle gerçekleştirilebilir.

Üniversite hizmetlerinin geliştirilmesi sürecinde öğrenci istek ve ihtiyaçları büyük bir öneme sahiptir. Öğrencilerin üniversiteden beklentilerinin belirlenmesi, sunulan hizmetin öğrenci bakış açısıyla kalitesinin değerlendirilmesi, üniversitelerin kalite yönetim sistemlerini geliştirme süreçlerinde öncelikli olarak ele alınması gereken temel unsurlardan biridir.

Bu çalışma, bir Yüksek Öğrenim Kurumu Fakültesi'nin hizmet kalitesinin ölçülmesi ve öğrencilerin okuldaki beklentilerinin belirlenmesi ile birlikte bu beklentilerin ne ölçüde karşılandığının araştırılmasını amaçlamaktadır. Eğitim hizmetinin kalitesini değerlendirmek için anket yöntemi kullanılmış olup, Servqual hizmet kalitesi ölçüm modeli değerlendirme yöntemi olarak tercih edilmiştir. Servqual hizmet kalitesi ölçüm modeli, hizmet kalitesinin ölçülmesiyle ilgili literatürde en sık kullanılan, geçerli boyutlara sahip ve içsel tutarlılık açısından en güvenilir yöntem olarak bilinmektedir.

Servqual modeli, Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen bir modeldir. Bu modelde, öncelikle müşteri beklentileri sorularak müşterilerin istek ve ihtiyaçları tespit edilmeye çalışılır. Ardından, müşterilerin hizmeti aldıktan sonra algıladıkları durum sorularak müşteri memnuniyeti belirlenir. Ayrıca, hizmetin boyutlarıyla ilgili sorularla müşterilerden önem dereceleri istenir. Böylece Servqual modeli aracılığıyla müşteri beklentilerinin ne ölçüde karşılandığı ortaya konulmaya çalışılır. Modelde, müşterinin algıladığı hizmet, beklentileriyle gerçek hizmet

deneyimini karşılaştırması sonucunda oluşan bir değerlendirmedir ve beklentiler ile algılanan performans arasındaki farklılık derecesi olarak değerlendirilir. Beklentiler, müşterinin hizmetle ilgili istek ve arzularını ifade eder. Servqual modeli, fiziksel unsurlar, güvenilirlik, duyarlılık, yetkinlik ve empati olmak üzere 5 boyutlu bir ölçek kullanır. Bu ölçek, 22 maddeye sahip bölümler halinde yer alır. İlk bölümde müşterinin beklentileri, ikinci bölümde ise müşterinin algıladığı hizmet performansı aynı maddeler kullanılarak ayrı ayrı ölçülür. Sonraki bölümde ise her boyutun önem derecesinin 100 puan üzerinden değerlendirildiği bir bölüm bulunur.

Servqual hizmet kalitesi modeli kullanılarak yapılan ölçüm sonucunda kalite düşüklüğü belirlendiğinde, kaynağın hangi boyutta olduğunun analiz edilmesi ve ilgili boyutun kapsamında yer alan ifadeye dayalı olarak hizmet kalitesinde iyileştirme çalışmalarının başlatılması gerekmektedir. Bu iyileştirme sürecinde müşteri odaklı bir yaklaşım benimsenmesi önem taşımaktadır. Algı önermelerine verilen puanların artırılmasıyla sonuçlanacak olan bu iyileştirme süreci, algılanan hizmet kalitesi seviyesinin yükseltilmesine katkı sağlayacaktır.

Araştırma kapsamında, standart Servqual anket formuna bağlı kalınarak bir fakülte öğrencilerine yönelik bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, Servqual'ın orijinal hesaplama yöntemleri ve istatistiksel analiz teknikleri kullanılarak değerlendirilmiş ve sonuçlara ulaşılmıştır.

Eğitim hizmetinin kalitesi, empati, güven, heveslilik, güvenilirlik ve somut özellikler, gibi beş ayrı boyut altında incelenmiştir. Bu beş boyutun ve toplam hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla, fakülte öğrencilerinin beklentileri ve algıları arasındaki farklar analiz edilmiştir. Öğrencilerin beklentileri ile algıladıkları hizmet arasındaki puan farkları, her bir boyut için istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Servqual puanı, boyutların önem ağırlıklarını dikkate almadan hesaplandığında -1,3220 olarak elde edilirken, önem ağırlıklarını dikkate alarak hesaplandığında -0,426 olarak bulunmuştur. Her iki yöntemle hesaplanan Servqual puanları negatif değerlerdir. Ek olarak, tüm boyutların hem ağırlıklı hem de ağırlıksız olarak hesaplanan Servqual puanları negatif olarak saptanmıştır. Bu sonuçlara göre, beş boyuttan oluşan hizmet kalitesi etkileyen her bir boyutta öğrencilerin beklentileri karşılanmamaktadır. Öğrenciler, somut özellikler hizmet boyutundan en çok

memnuniyet duyarken bunu empati, güven, heveslilik ve güvenilirlik hizmet kalitesi boyutları izlemektedir.

Bu bulgular, öğrencilerin sunulan hizmete yönelik algıları ve beklentilerinin tatmin edilmediğini göstermektedir. Ortalama beklenti değerleri, algılanan değerlerden daha yüksek olarak hesaplanmıştır. Bu durum, öğrencilerin kendilerine sunulan hizmetleri beklentilerinin altında bulduklarını ve memnuniyetsizlik yaşadıklarını ifade etmektedir. Genel olarak, sunulan hizmete ilişkin algının genel beklentinin altında olduğu söylenebilir. Genel olarak, alt boyutlarda hizmet kalitesinin düşük çıkmasının temel nedeni, Üniversitenin yeni kurulmuş olması ve yeterli düzeyde deneyime sahip olunmamasıdır. Ayrıca, hizmet kalitesinin ölçülüp seviyesinin belirlenmemiş olması da bu durumun kaynağı olarak değerlendirilebilir.

Eğitim kurumlarında yapılan önceki çalışmalardan biri olan Özatkan'ın (2008) çalışması, hizmet sektöründe yer alan eğitim kurumlarında benzer sonuçlar elde edilmiştir. Özatkan'ın çalışmasında, Servqual skoru negatif çıkmış ve hizmet kalitesinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesini karşılamadığı ortaya çıkmıştır. Bu durum, eğitim kurumlarında yaşanan hizmet kalitesi sorunlarının yaygın bir özellik olduğunu göstermektedir.

Dinç (2017) tarafından yapılan araştırmada, Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığının belirlenmesine yönelik çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, öğrencilerin Meslek Yüksekokulu hizmetinden memnun kalmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, Kaya (2020) tarafından yapılan araştırmada da benzer şekilde Servqual skoru negatif çıkmış ve öğrenci beklentilerinin karşılanmadığı görülmüştür. Bu çalışmalar, öğrenci memnuniyetiyle ilgili sorunların Meslek Yüksekokulu ve benzer eğitim kurumlarında yaygın olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada, algılanan ve beklenen kalite arasındaki farkı gidermek amacıyla öncelikli olarak güvenilirlik, heveslilik, güven, empati ve somut özellikler boyutlarına odaklanmalıdır. Bu boyutlar, öğrenci memnuniyetini artırmak ve hizmet kalitesini geliştirmek için dikkate alınması gereken öncelikli alanları temsil etmektedir.

Güvenirlilik boyutundaki hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için bu çalışmadaki üniversitenin aşağıdaki adımları atması gerekmektedir:

- Üniversite öğretim elemanları ve çalışanları, öğrencilere karşı samimi bir tutum sergileyerek güven duygusu oluşturmali ve ortaya çıkan sorunların çözümünde yardımcı olmalıdır.
- Söz verilen hizmetlerin önceden belirtilen zamanda ve taahhüt edilen şekilde yerine getirilmesi, güvenirlilik boyutunda iyileştirme sağlayacaktır.
- Öğrencilerin ihtiyaçlarına zamanında ve etkili bir şekilde cevap verilmelidir. Öğretim elemanları ve çalışanlar, öğrencilere yönelik iletişimde açık ve net olmalı, gerektiğinde ek destek ve rehberlik sağlamalıdır.
- Üniversite yönetimi, öğrencilere karşı verdiği taahhütleri tutmak için gerekli önlemleri almalı ve güvenilir bir hizmet sunumu için gereken kaynakları sağlamalıdır.
- Hizmetlerin sürekli olarak gözden geçirilmesi ve iyileştirme çalışmalarının yapılması, güvenirlilik boyutunun sürdürülebilir şekilde geliştirilmesine yardımcı olacaktır.

Bu adımlar, öğrencilerin üniversiteye olan güvenini artırarak memnuniyetlerini yükseltecek ve kaliteli bir eğitim deneyimi yaşamalarını sağlayacaktır. Güvenirlilik, öğrenci-üniversite ilişkisinde temel bir unsurdur ve öğrencilerin kuruma olan güvenini korumak ve artırmak, kaliteli hizmet sunumunun önemli bir parçasıdır.

Heveslilik boyutunda, bu çalışmadaki üniversitenin kaliteyi iyileştirebilmesi için aşağıdaki hususlara öncelik vermesi gerekmektedir:

- Üniversite, kayıt ve bilgilerin eksiksiz bir şekilde tutulması konusunda büyük bir hassasiyet göstermelidir. Bu, öğrencilerin haklarının korunması ve kayıtların doğru bir şekilde yönetilmesi için önemlidir.
- Öğretim elemanları, öğrencilerin öğrenme ve problem çözme yeteneklerini geliştirmek için aktif bir şekilde çaba sarf etmelidir. Yaratıcı öğretim metotları kullanarak öğrencilerin ilgisini çekmeli ve onları teşvik etmelidir.
- Üniversite, yenilikçi ve gelişime açık bir yaklaşım sergilemelidir. Eğitim programları ve müfredat sürekli olarak gözden geçirilmeli ve güncellenmelidir. Böylece, öğrencilere çağın gerektirdiği becerileri kazandırmak ve değişen dünya koşullarına uyum sağlamak mümkün olacaktır.

- Öğretim elemanları, öğrencilere liderlik becerileri kazandırmaya yönelik çalışmalara odaklanmalıdır. Öğrencilerin topluma katkı sağlamalarını teşvik etmeli ve liderlik potansiyellerini ortaya çıkarmalarına yardımcı olmalıdır.

Bu faktörlerin gözetilmesi, heveslilik boyutunun geliştirilmesine ve üniversitenin öğrenci beklentilerini karşılamasına katkı sağlayacaktır.

Güven boyutunun iyileştirilmesi için bu çalışmadaki üniversitenin aşağıdaki hususlara önem vermesi gerekmektedir:

- Üniversitenin öğretim elemanları ve çalışanları, öğrencilere güven veren davranışlar sergilemelidir. Profesyonel ve etik bir tutumla öğrencilere yaklaşmalı, açık iletişim kurmalı ve öğrencilerin duygu ve ihtiyaçlarına önem vermeli.
- Öğrencilerin kendilerini güvende hissetmeleri sağlanmalıdır. Güvenlik önlemleri alınmalı, uygun bir öğrenme ortamı sağlanmalı ve öğrencilerin güvenliğini tehdit eden herhangi bir durumla etkin bir şekilde başa çıkılmalıdır.
- Öğretim elemanları ve çalışanlar, öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgi ve yeteneklere sahip olmalıdır. Öğrencilerin akademik ve kişisel gelişimlerini desteklemek için gereken becerilere sahip olmalı, sorulara hızlı ve doğru yanıtlar sunmalı ve rehberlik sağlamalıdır.

Bu faktörler, güven boyutunun iyileştirilmesine ve öğrencilerin üniversiteye olan güvenini artırmaya yardımcı olacaktır. Üniversitenin, öğrencilerin güvenliğini kazanması ve sürdürülebilir bir güven ortamı sağlaması büyük önem taşımaktadır.

Empati boyutunun iyileştirilmesi için bu çalışmadaki üniversitenin şu önlemleri alması gerekmektedir:

- Üniversitenin çalışma saatlerini, öğrencilerin ihtiyaçlarına uygun bir şekilde düzenlemesi önemlidir. Öğrencilerin derslere katılımını ve etkili öğrenmeyi destekleyecek esnek çalışma saatleri oluşturulmalıdır.
- Öğretim elemanları ve çalışanlar, öğrencilerin isteklerini anlamak ve onlarla empati kurmak için çaba göstermelidir. Öğrencilerin bireysel gereksinimlerini ve başarılarını takip etmeli, onlara destek sağlamalı ve öğrenme süreçlerini optimize etmek için uygun stratejiler geliştirmelidir.
- Öğrencilerin başarıları, öncelikli olarak ele alınmalıdır. Üniversitenin öğretim elemanları ve çalışanları, öğrencilerin akademik ve kişisel hedeflerine

ulaşmalarına yardımcı olmalı, onları motive etmeli ve başarılarını destekleyici bir ortam sağlamalıdır.

Bu önlemler, empati boyutunun iyileştirilmesine ve öğrencilerin üniversite deneyiminde daha olumlu bir etkileşim yaşamasına katkı sağlayacaktır. Üniversitenin öğrencilere duyarlılık göstermesi ve onların ihtiyaçlarını anlaması, empatik bir yaklaşım sergilemesi önemlidir. Bu şekilde, öğrencilerin memnuniyeti ve bağlılığı artacak, üniversitenin itibarı ve hizmet kalitesi yükseltecektir.

Somut özellikler boyutunda algılanan ve beklenen farkın giderilmesi için bu çalışmadaki üniversitenin aşağıdaki önlemleri alması gerekmektedir:

- Üniversitenin hizmet sunarken kullandığı araç ve gereçlerin temizlik, düzen ve görsel açıdan çekicilik açısından standartlara uygun olması önemlidir.
- Fiziksel ortamın düzenli ve organize edilmiş olması, öğrencilere konforlu bir öğrenme ve yaşam ortamı sağlayacaktır.
- Sınıf ve laboratuvarların düzenli bir şekilde bakımı yapılmalı, ekipmanlar zamanında tamir edilmeli ve yenilenmelidir.
- Kütüphane, bilgisayar laboratuvarları, öğrenci dinlenme alanları gibi alanlar, öğrencilerin rahatlıkla kullanabileceği ve etkili bir şekilde faydalanabileceği şekilde tasarlanmalıdır.
- Kampüs içerisindeki yol ve peyzaj düzenlemeleri düzenli olarak yapılmalı ve estetik bir görünüm sağlanmalıdır.

Bu önlemler, somut özellikler boyutunun iyileştirilmesine ve öğrencilerin üniversite ortamında daha olumlu bir deneyim yaşamasına katkı sağlayacaktır. Üniversitenin fiziksel altyapısı, öğrencilerin motivasyonunu artırarak öğrenme ve katılım süreçlerini olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca, temizlik, düzen ve görsel cazibe gibi unsurlar, öğrencilerin üniversiteye duydukları güveni ve bağlılığı da artıracaktır.

Üniversitenin öğrenci beklentilerini karşılayarak hizmet kalitesini artırma çabaları için, çalışmanın sonuçları dikkate alınmalı ve önceki hizmet kalitesiyle ilgili yapılan araştırmalar incelenmelidir. Bu sayede hizmet kalitesini geliştirmek için öncelikli adımlar belirlenebilir. Özellikle hizmet kalitesiyle ilgili çalışmalara önem verilerek, en kısa sürede iyileştirme sürecine geçilmelidir. Bu süreçte öğrenci beklentileri göz önünde bulundurulmalı ve hizmet sunumunda yaşanan sorunlara

odaklanılmalıdır. Yapılan araştırmaların sonuçlarına dayanarak, hizmet kalitesini artırmak için etkili stratejiler ve uygulamalar geliştirilmelidir.

Hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik birçok çalışma mevcuttur ve Servqual modeli, bu tez çalışmasında da uygulandığı gibi en yaygın kullanılan hizmet kalitesi ölçüm yöntemidir. Servqual modeli, özellikle bankacılık sektöründe, otellerde ve sağlık kurumlarında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik uygulamalarda sıklıkla kullanılmaktadır. Bu çalışma ise, bir yükseköğrenim fakóltesinin eğitim hizmeti sunumu üzerinde odaklanarak hizmet kalitesini belirlemeyi hedeflemesiyle diğer çalışmalardan ayrışmaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışma diğer araştırmalardan farklılaşmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bir eğitim hizmeti sunan yükseköğrenim fakóltesinin hizmet kalitesini belirlemektir. Bu alanda yapılan çalışmalara dayanarak Servqual modeli uygulanmış ve farklı boyutlarıyla hizmet kalitesi değerlendirilmiştir. Bu çalışma, yükseköğrenim fakólterleri için özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır ve eğitim sektöründeki hizmet kalitesi ölçümüne yeni bir perspektif getirmektedir.

Bu araştırma, bir vakıf yükseköğrenim fakóltesinde gerçekteştirilmiş olması nedeniyle elde edilen sonuçlar, sadece çalışmanın yapıldığı fakóltenin hizmet kalitesini iyileştirmeye yönelik rehber niteliğinde değildir; aynı zamanda diğer vakıf ve hatta kamu üniversitelerine de bu konuda örnek teşkil etmektedir. Düşük hizmet kalitesi puanına sahip olan boyutlardaki ifadelere dayanarak gerçekteştirilen iyileştirmeler, toplam hizmet kalitesinin artırılmasında önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma, vakıf yükseköğrenim fakólterlerinin hizmet kalitesi iyileştirme süreçlerinde bir model sunmaktadır. Araştırma sonuçları, benzer niteliklere sahip diğer fakólterlerin hizmet kalitesini geliştirmeleri için bir temel oluşturmaktadır. Bu çalışmanın bulguları, vakıf ve kamu üniversitelerin hizmet kalitesini artırmaya yönelik stratejiler geliştirirken dikkate alınabilir. Elde edilen sonuçlar, genel anlamda hizmet sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlara da uygulanabilir ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu nedenle, bu araştırmanın sonuçları, benzer kurumlar için bir kılavuz niteliği taşımaktadır ve hizmet kalitesinin artırılması konusunda önemli bir referans olabilir.

Araştırma kapsamında, öğrencilerin demografik özelliklerinden biri olan bursluluk durumu Servqual kalite puanları arasında karşılaştırma yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre hizmet kalitesi boyutunda yer alan güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati açısından bursluluk durumuna bağlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık, güvenilirlik, heveslilik, güven boyutu olarak beklentileri en fazla karşılanandan en az karşılanana göre sıralama yaptığımızda, ücretli, burslu ve %50 indirimli şeklinde oluşmuştur. Sadece empati boyutu olarak beklentileri en fazla karşılanandan en az karşılanana göre sıralama yaptığımızda, ücretli, %50 indirimli ve burslu şeklinde oluşmuştur.

Bu bulgular, bursluluk durumunun hizmet kalitesi algısı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarındaki beklentileri, bursluluk durumlarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Bu durum, burslu öğrencilerin hizmet kalitesinden daha az tatmin olduklarını ve daha yüksek beklentilere sahip olduklarını işaret etmektedir. Öte yandan, ücretli öğrencilerin beklentilerinin daha fazla karşılandığı ve daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

Bu sonuçlar, bursluluk durumunun hizmet kalitesi iyileştirme çabalarında göz önünde bulundurulması gerektiğini vurgulamaktadır. Fakülte yönetimi, burslu öğrencilerin beklentilerini anlamak ve onlara daha iyi bir hizmet sunmak için özel çaba sarf etmelidir. Bu sayede, burslu öğrencilerin memnuniyet düzeyleri artırılabilir ve hizmet kalitesi algısı daha dengeli bir şekilde sağlanabilir.

Hizmet kalitesinin ölçümü, hizmet sunan kuruluşların hedeflerini doğru bir şekilde belirlemelerine ve mevcut hizmetlerinin müşteri istek ve ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığını ortaya koymalarına imkan sağlayarak hizmetlerini bu yönde yeniden tasarlamalarına ve iyileştirmeler yapmalarına yardımcı olmaktadır. Eğitim hizmetlerinin geliştirilmesinde ise öğrenci istek ve ihtiyaçları büyük bir önem taşımaktadır. Öğrencilerin beklentilerini belirlemek, sunulan hizmetin kalitesini onların bakış açısıyla değerlendirmek, kalite yönetimi açısından en özen gösterilmesi gereken konudur. Yapılan değerlendirmelerin sebepleri ve sonuçları analiz edilerek, olumsuz değerlendirilen unsurlara ilişkin çözüm önerileri geliştirmek gerekmektedir. Bu değerlendirmelerin düzenli olarak gerçekleştirilmesi, çözüm önerilerinin etkilerini ortaya koyacaktır. Tüm eğitim kurumları, bu ve benzer çalışmaları periyodik

aralıklarla uygulayarak, hizmet kalitelerini artırmak için önemli bir araç olarak kullanabilirler.

Bu araştırmanın, yapıldığı üniversitenin hizmet kalitesi çalışmalarına katkıda bulunması umulmaktadır.



KAYNAKÇA

- Saydan, R., Açan, B. (2009). Öğretim Elemanlarının Akademik Kalite zelliklerinin Değerlendirilmesi: Kafkas Üniversitesi İİBF rneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,13(2), 225-253.
- Akbaba, A., Akan, P., Pırnar Tavmargen, İ. & Gümüşoğlu, Ş. (2007). *Hizmet Kalitesi Kavramlar Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akbaş, N. (2019). İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hayvan Aşılama Ve Tedavi nitesi Hizmet Kalitesinin Servqual lği İle lm. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Alakavuk, E. (2007). Hizmet Kalitesi Değerlendirme lği: Servqual, Hizmet Kalitesi, Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alan, T. (2019). Hizmet Kalitesi Ve Gayrimenkul Sektöründe Hizmet Kalitesi lm. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Alpar Reha; (2013), Uygulamalı ok Değişkenli İstatistik Yöntemler. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altınel, G. (2009). Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesinin lm Ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Kocaeli.
- Avcı, U., Sayılır, A. (2006). Hizmet Kalitesi çerçevesinde alışanların Rolüne Ve Yeterliliklerine İlişkin Karşılaştırılmalı Bir İnceleme. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (1), 121-138.
- Ayaz, N., Arakaya, A. (2017). Eğitim Sektöründe Hizmet Kalitesinin llmesi: Öğrenci İşleri Birimi rneği. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 336-350.
- Aydın, O. (2015). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin lm: Konya’da Bulunan Kamu ve Vakıf niversiteleri zerine Ampirik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Karatay Üniversitesi, Konya.
- Aydınar, . (2010). Otomotiv Yan Sanayinde Kalite Yönetim Sisteminin Etkinliğinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Saha Araştırması. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Aygün, M. (2014). Hizmet Kalitesinin ğrenci Memnuniyeti zerindeki Etkisi: Bitlis Eren niversitesi rneği. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Aytaç, A. (2015). Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile ölçülmesi ve Eğitim Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Ayvaz, A., Güven, E., vd. (2018). “Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyet Etkisi: Göksun Meslek Yüksekokulu”. 5.ASM Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi 3-5 Mayıs 2018, Antalya.
- Babakus, E., Boller, G. W. (1992). An Empirical Assessment of the Servqual Scale. *Journal of Business Research*, 24(3), 255-264.
- Başar, F. (2017). Algılanan Hizmet Kalitesi İle Davranışsal Niyet İlişkisinde Müşteri Memnuniyetinin Rolü: Kış Koridorunda Bir Uygulama. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Bayat G., Polat, M. (2019). Otel İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (20), 557-578.
- Bayrak, B. (2007). Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bayram, N. (2004). Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi. Bursa: Nokta Matbaacılık.
- Bektaş, H., Akman, S. (2013). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, (18), 116-133.
- Biçici, F., Hançer, M. (2008). Kuşadası ve Didim’ deki Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Sunulan Hizmetlerle İlgili Beklentileri ve Bu Hizmetlerin Kalite Ölçümü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 49-67.
- Bostancıoğlu, E. (2012). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemiyle Ölçülmesi ve Samsun İl Özel İdaresinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Bulut, B. (2019). Demiryolu Lojistiğinde Hizmet Kalitesi Ölçümü: Ege Bölgesinde Hizmet Veren Bir Demiryolu İşletmesine Yönelik Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Buttle, F. (1995), Servqual: Review, Critique, Research Agenda, *European Journal of Marketing*. 30(1), 8-32.
- Can, P. (2016). Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Ölçülmesi: Uşak Üniversitesi Merkezi Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 63-83.
- Carman, M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the Servqual Dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.

- Çelik, İ. (2010). Yüksek Öğretimde Hizmet Kalite Algısının Ölçümü: Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Çiftçi, A. (2006). Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Dağ, E. (2019). Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Uygulama: Muş Alparslan Üniversitesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Muş Alparslan Üniversitesi, Muş.
- Dalgıç, A. (2013). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Antalya'da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Değer, M. (2018). Rekreatif Etkinlik Açısından Sağlıklı Yaşam Merkezlerindeki (SPA) Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Değermen, A. (2011). Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Servqual Modelinin Zayıf Olduğu İleri Sürülen Teorik Ve Uygulama Yönlerine Yönelik Olarak Yapılan Değerlendirmeler. Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, (48), 71-86.
- Devebakan, N., & Aksaraylı, M. (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual Skorlarının Kullanımı Ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(1), 1-17.
- Di L., Colleen K. (2005). Measurement in Health Behavior Methods for Research and Education, USA: Pub. John Wiley & Sons Inc.
- Dinç, B. (2017). Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin ölçülmesi ve bir Meslek Yüksekokulunda Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Doğan, Z. (2011). Hizmet Kalitesinin Ölçülenmesi ve Türkiye'deki GSM Operatörlerinin Hizmet Kalitelerinin Karşılaştırmalı Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. & Çinko, M. (2011). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi, İstanbul: Beta Yayınevi.
- Durukan, M. B., İkiz, A. K. (2007). Denetim Kalitesi, Kalite Ve Hizmet Kalitesine İlişkin Modeller: Kavramsal Çerçeve. Mali Çözüm Dergisi, (82), 29-56.
- Duygun, A. (2007). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Bir Pilot Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Efil, İ. (1999). Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Eker, E. (2007). Hizmet Süreci Kalitesindeki Değişimlerin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisinin Servqual Yöntemiyle Ölçümü ve Servis Hizmetlerine Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Ekinci, K. (2018). Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Yönetimi Ve Bankacılık Hizmetlerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Eleren, A. (2009). Müşteri Beklentilerine Dayalı Bir Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli: Termal Otel İşletmeciliğinde Bir Uygulama. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 9 (18), 395-420.
- Erdoğan, E., Aksoy, R. (2014). Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri İle İlgili Yazın Taraması. Tisk Akademi, (1), 156-185.
- Eroğlu, K. (2011). Otel İşletmelerinde Örgütsel İletişimin Çalışanların Hizmet Kalitesine Etkisi ve Mardin’de Bir Uygulama. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(26), 299-332.
- Ersen, H. (1997). Toplam Kalite ve İnsan Kaynakları Yönetimi İlişkisi, Verimli ve Etkin Olmanın Yolu, Ankara: Sim Matbaacılık.
- Ertuğrul, İ., Sarı, G. (2019). Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Tekniği: Bir Üniversite Uygulaması, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 11(1), 21-35.
- Eser, Z. (2007). Hizmetlerde Pazarlama İletişimi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G* Power 3: A Flexible Statistical Power Analysis Program for the Social, Behavioral, and Biomedical Sciences. Behavior Research Methods, 39(2), 175-191.
- Fettahlıoğlu, Ö., Polat, M., & Demir, S. (2016). Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi ile Ölçümü: Kahramanmaraş İlinde Bir Uygulama: Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 6(3), 849-860.
- Filiz, Z., Kolukısaoğlu, S. (2013). Servqual Yöntemi ve Bir Hizmet İşletmesinde Uygulaması. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi EYİ 2013 Özel Sayısı, 253-266.
- Filiz, Z., Yılmaz, V., & Yağız, C. (2010). Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(3), 59-76.

- Gerşil, M., Güven, H. (2018). Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçülmesi: Celal Bayar Üniversitesi'nde Bir Uygulama. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1), 111-125.
- Gökdere, Z. (2001). Banka İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Üzerine Ampirik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Gürbüz, E., Ergülen, A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 35, 173-190.
- Harput, S. (2014). Yeditepe Üniversitesi Hastanesinde Yatan Hastalarda Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Headley, E., Miller, S. (1993). Measuring Service Quality and Its Relationship to Future Consumer Behavior, Journal of Health Care Marketing, 13(4), 32-42.
- İçöz, O. (2005). Hizmet Pazarlaması, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Karahan, Ş., Aydın, K. (2013). Kütüphane Hizmetlerinde Kalite Ölçümü: Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (35), 185-198
- Kaya K. (2019). Harran Üniversitesi Öğrencilerinin Hizmet Kalitesi Algısındaki Farklılıklar. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 10(2), 268-279.
- Kaya, İ. (2020). Eğitim Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçümü Ve Tedaş Eğitim Merkezi Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
- Kekeç, D. (2008). Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Keskin, M. (2013). Konaklama İşletmelerinde İş görenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Kıraç, A. (2019). Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi: İstanbul İli Bir Aile Sağlığı Merkezi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Memiş, K. (2019). Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Hizmet Kalitesi Bağlamında Ölçülmesi ve Bir Sağlık Kuruluşunda Anket Araştırması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Merter, M. E. (2006). Toplam Kalite Yönetimi, Ankara: Atlas Yayın Dağıtım.

- Mozgallı, S. (2009). Hastanelere Giden Hastaların Hizmet Kalitesine Yönelik Beklentileri ve Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Özatkan, Y. (2008). Hastane İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Üniversite uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özçalık, F. (2007). Yükseköğretimde Eğitim Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Örnek Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özgül, E., Devedbakan, N. (2005). Üniversitelerde Servqual Tekniği İle Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2), 93-116.
- Öztürk, S. (2005). Hizmet Pazarlaması, Ankara: Ekin Kitabevi.
- Özsağır, A., Akın, A. (2012). Hizmetler Sektörü İçinde Hizmet Ticaretinin Yeri ve Karşılaştırmalı Bir Analizi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(41), 311-331.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future. Research The Journal of Marketing, (49), 41– 50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perspectives of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40
- Pekkaya, M., Akıllı, F. (2013). Hava Yolu Hizmet Kalitesinin Servperf Servqual Ölçeği İle Değerlendirmesi ve İstatistiksel Analizi. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(1), 75-96.
- Perçin, S., Bektash, E. (2018). Turizm Şirketlerinin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği. Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi, 2(1), 1-23.
- Rahman, S., Erdem, R., & Devedbakan, N. (2007). Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği ile Değerlendirilmesi: Elazığ'daki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(3), 37-55.
- Saat, M. (1999). Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesinin Ölçüme Aracı olarak Servqual Analizi. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(3), 107-118.
- Sakarya, M. (2006). Yükseköğretimde Öğrenciye Yönelik Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

- Saklı, A. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Eğitim Gördükleri Fakültelerin Kalite Düzeylerine İlişkin Algıları Sakarya Üniversitesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Sevimli, S. (2006). Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Seyran, Deniz., (2004). Hizmet Kalitesi, İstanbul: Kalder Yayınları.
- Soğancı, E. (2012). Servqual ile Beklenti ve Algının Birlikte Ölçümüne Yönelik Eğitim Sektöründe Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Sürmeli, H. (2002). Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Rekabet Stratejisi İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Şahin, A. E. (2009). Eğitim Fakültesinde Hizmet Kalitesinin Eğitim Fakültesi Öğrenci Memnuniyet Ölçeği (Ef-Ömö) ile Değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 37(37), 106-122.
- Şimşek, M. (2002), Toplam Kalite Yönetiminde Başarının Anahtarı: İnsan Faktörü. İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılık.
- Takan, M. (2000). Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- Tekin, B., Organ, A. (2019). Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarında Hizmet Kalitesi Ölçümü: Denizli İli Örneği. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 11(1), 1-20.
- Tutar, M. (2018). Bir Üniversite Hastanesinden Hizmet Alan Uluslararası Hastaların Hizmet Kalitesini Değerlendirmeleri. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Türel, N., Aytar, O. (2014). Meslek Yüksekokulu Eğitiminde Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçümü: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde Bir Uygulama. Akademik Bakış Dergisi, (43), 5-28.
- Uyguç, N. (1998). Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım, İzmir: DEÜ Yayınları.
- Yatkın, A. (2004), Toplam Kalite Yönetimi, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yıldız, S., Yıldız, E. (2011). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Kars'taki Devlet ve Üniversite Hastaneleri'nde Bir Araştırma. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 6(2), 125-140.

- Yılmaz, V. Filiz, Z. & Yaprak, B. (2007). Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(1), 299-316.
- Yokuş, G., Ayçiçek, B. & Yelken, T. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yükseköğretim Hizmet Kalite Algılarının ve Kurumsal Aidiyet Düzeylerinin İncelenmesi: Eğitim Fakültesi Örneği. Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi, 5(1), 1-18.
- Yumuşak, N. U. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Yücel, M. (2013). Toplam Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi ile Ölçümü: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(44), 82-106.
- Zariç, N., Yavuz, S. (2019). Yiyecek İçecek Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Üniversite Öğrencileri üzerine Bir Araştırma. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Dergisi, 5(2), 217-244.

EK-1 Anket Formu

Değerli Üniversite Öğrencisi,

Bu anketle, sizin üniversitelerden beklentilerinizi ve öğrenim gördüğünüz üniversiteyi nasıl algıladığınızı belirlemek, böylece üniversitenizin hizmet kalitesini ölçmek istenmektedir. Toplanan veriler Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisans Programı “Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi: Ankara’da Bir Vakıf Üniversitesinde Uygulama” isimli tezde kullanılacaktır. Çalışmanın amacına ulaşabilmesi, sağlıklı bilimsel veriler elde edilmesi için soruları dikkatli okuyup tümünü cevaplandırmanız gerekmektedir. Anket ile elde edilecek bilgiler gizli tutulacak ve araştırmanın amacı dışında kullanılmayacaktır.

İlginize ve yardımlarınıza teşekkür ederim.

1. Cinsiyetiniz

☐ Kadın

☐ Erkek

2. Doğum Yılı:

3. Medeni Durum

☐ Evli

☐ Bekar

4. Okuduğunuz Lisenin Türü

☐ Özel Okul

☐ Devlet Okulu

5. Sınıfınız:

☐ 1. Sınıf

☐ 2. Sınıf

☐ 3. Sınıf

6. Bursluluk Durumunuz

☐ Burslu

☐ %50 İndirimli

☐ Ücretli

7. Barındığınız Yer

☐ Devlet Yurdu

☐ Özel Yurt

☐ Öğrenci Evi

☐ Aileyle Birlikte

EK-2 Hizmet Kalite Algısı Servqual Ölçeği

Bu bölümdeki soruları cevaplandırırken “Mükemmel” bir üniversitenin sizce nasıl olması gerektiğini düşününüz. Aşağıda belirtilen özelliklerin mükemmel bir üniversite için gerçekten gerekli olduğunu düşünüyorsanız 5’i; gerçekten gereksiz olduğunu düşünüyorsanız 1’i işaretleyiniz. Ara değerleri işaretlerken hangi fikre daha yakın düşünüyorsanız o yöne yakın rakamları seçiniz. Eğer düşünceniz hiçbir uca yakınlık taşımıyorsa 3 numarayı seçiniz. Ankette doğru veya yanlış cevap yoktur. Lütfen kendi düşüncenize yakın hissettiğiniz derecede işaretleme yapınız.						
		1	2	3	4	5
1	Mükemmel üniversiteler modern görünümlü donanıma sahiptir.					
2	Mükemmel üniversitelerin binaları ve iç ortamları, göze hoş görünür.					
3	Mükemmel üniversitelerin çalışanları temiz ve düzgün görünümlüdür.					
4	Mükemmel üniversitelerde hizmet verilirken kullanılan malzemeler göze hoş görünür.					
5	Mükemmel üniversitelerin yönetimleri verdiği sözü zamanında yerine getirir.					
6	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğu zaman bu sorunu çözmek için gerekli ilgiyi gösterir.					
7	Mükemmel üniversiteler, hizmetlerini ilk seferde doğru olarak verir.					
8	Mükemmel üniversiteler hizmetlerini daha önceden söyledikleri zaman içinde verir.					
9	Mükemmel üniversiteler kayıtların hatasız tutulmasında çok titizdir.					
10	Mükemmel üniversitelerin çalışanları hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilere söyler.					
11	Mükemmel üniversitelerin çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.					

12	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilere yardım etmeye her zaman hazır ve gönüllüdür.					
13	Mükemmel üniversitelerin çalışanları hiçbir zaman öğrencilere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.					
14	Mükemmel üniversite çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır.					
15	Mükemmel üniversitelerin öğrencileri üniversite ile ilgili olan ilişkilerinde kendilerini güvende hisseder.					
16	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilere karşı her zaman saygılıdır.					
17	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.					
18	Mükemmel üniversiteler her öğrenciyle tek tek ilgilenir.					
19	Mükemmel üniversitelerin çalışma saatleri bütün öğrencilere uygun olacak şekildedir.					
20	Mükemmel üniversiteler her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.					
21	Mükemmel üniversiteler öğrencilerinin çıkarlarını korur.					
22	Mükemmel üniversitelerin çalışanları öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.					

EK-3 Hizmet Kalite Beklentisi Servqual Ölçeği

Bu bölüm öğrenim görmekte olduğunuz Üniversiteniz ile alakalı düşüncelerinizle ilgilidir. Aşağıda belirtilen özelliklere Üniversitenizin ne derece uyduğunu düşününüz. İlgili özelliği kesinlikle sağladığını düşünüyorsanız 5'i, kesinlikle sağlamadığını düşünüyorsanız 1'i işaretleyiniz. Ara değerleri işaretlerken hangi fikre daha yakın düşünüyorsanız o yöne yakın rakamları seçiniz. Eğer düşünceniz hiçbir uca yakınlık taşımıyorsa 3 numarayı seçiniz. Ankette doğru veya yanlış cevap yoktur. Lütfen kendi düşüncenize en yakın hissettiğiniz derecede işaretleme yapınız.		1	2	3	4	5
1	Üniversitemiz modern görünümlü donanıma sahiptir.					
2	Üniversitemizin binaları ve iç ortamları, göze hoş görünür.					
3	Üniversitemizin çalışanları temiz ve düzgün görünümlüdür.					
4	Üniversitemiz'de hizmet verilirken kullanılan malzemeler göze hoş görünür.					
5	Üniversitemizin yönetimi verdiği sözü zamanında yerine getirir.					
6	Üniversitemizin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğu zaman bu sorunu çözmek için gerekli ilgiyi gösterir.					
7	Üniversitemiz hizmetlerini ilk seferde doğru olarak verir.					
8	Üniversitemiz hizmetlerini daha önceden söyledikleri zaman içinde verir.					
9	Üniversitemiz kayıtların hatasız tutulmasında çok titizdir.					
10	Üniversitemizin çalışanları hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini öğrencilere söyler.					
11	Üniversitemiz çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.					
12	Üniversitemiz çalışanları öğrencilere yardım etmeye her zaman hazır ve gönüllüdür.					

13	Üniversitemiz çalışanları hiçbir zaman öğrencilere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.					
14	Üniversitemizin çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır.					
15	Üniversitemizin öğrencileri üniversite ile ilgili olan ilişkilerinde kendilerini güvende hisseder.					
16	Üniversitemizin çalışanları öğrencilere karşı her zaman saygılıdır.					
17	Üniversitemizin çalışanları öğrencilerin sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.					
18	Üniversitemiz her öğrenciyle tek tek ilgilenir.					
19	Üniversitemizin çalışma saatleri bütün öğrencilere uygun olacak şekildedir.					
20	Üniversitemiz her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.					
21	Üniversitemiz öğrencilerinin çıkarlarını korur.					
22	Üniversitemiz çalışanları öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.					

EK-4 Hizmet Kalitesi Önem Derecesi Servqual Ölçeği

Aşağıda üniversitelerin verdikleri hizmetlerle ilgili bazı özellikler verilmiştir. Bir üniversitenin hizmet kalitesini değerlendirirken bu özelliklerin sizin için taşıdıkları önem derecelerini düşününüz. Toplam 100 puanı belirtilen 5 özellik arasında paylaşınız. Eğer özellik sizin için diğerinden daha önemliyse daha çok puan veriniz. (Lütfen bütün özelliklere verdiğiniz puanların toplamının 100 olmasına dikkat ediniz.)		Puan
1	Üniversitenin binasının, ekipmanlarının, kullanılan malzemelerin görünüşü	
2	Üniversitenin vaat edilen hizmeti güvenilir ve kusursuz bir biçimde sunması	
3	Üniversitenin öğrencilere yardım etmek ve hızlı hizmet sunmak konusundaki istekliliği ve gönüllülüğü	
4	Üniversite çalışanlarının bilgisi, saygısı ve öğrencilerde güven duygusu uyandırması, yardımseverliği	
5	Üniversitelerin öğrencilere kişisel ilgi göstermesi, iletişimde duyarlılığı, öğrenciyi gözetken tavrı	
Toplam Puan		100

EK-5 Etik Kurul Raporu

Evrak Tarih ve Sayısı: 03.03.2023-57548



T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

Sayı : E-59394181-604.01.02-57548
Konu : Yiğitcan Akal Etik Kurul Raporu

03.03.2023

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitünüz İşletme Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı, 21316918002 numaralı öğrencisi Yiğitcan Akal'ın, "Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi" başlıklı tez çalışması kapsamında yapmayı planladığı anket çalışması, "Atılım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu" üyeleri tarafından onaylanmıştır.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof.Dr. Serkan ERYILMAZ
Rektör Yardımcısı

Ek:

- 1- Yiğitcan Akal Etik Kurul Başvurusu_1 (19 sayfa)
- 2- Yiğitcan Akal başvuru (1 sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSA3DDH7ER

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır

EK-6 Anket İzni



T.C.
ANKARA MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük

Sayı : E-81477236-100.99-297
Konu : Anket İzni Hk

08/03/2023

ATILIM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü; İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Tezli Yüksek Lisans öğrencisi 21316918002 numaralı Yiğitcan AKAL "Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi" başlıklı tezinin verilerini üniversitemiz öğrencilerinden (anket ile) 10 Mart - 10 Nisan 2023 tarihleri arasında toplanması uygun bulunmuştur.

Gereğini bilgilerinize arz/rica ederim.

Prof. Dr. Nevin ŞANLIER
Rektör a.
Rektör Yardımcısı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Evrağınızı <https://www.turkiye.gov.tr/ankara-medipol-universitesi-ebys> linkinden B1738E09X2 kodu ile doğrulayabilirsiniz.



TURNİTİN RAPORU

Yiğitcan AKAL 21316918002

ORJİNALLİK RAPORU

% 19	% 19	% 3	% 8
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	dspace.gazi.edu.tr İnternet Kaynağı	% 7
2	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	% 4
3	www.gecekitapligi.com İnternet Kaynağı	% 3
4	hdl.handle.net İnternet Kaynağı	% 1
5	Davut KARAMAN. "HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA", Journal of International Social Research, 2018 Yayın	<% 1
6	Submitted to Adnan Menderes Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
7	adudspace.adu.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
8	Submitted to Atılım University Öğrenci Ödevi	<% 1

9	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
10	Submitted to Ahi Evran Aniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
11	Submitted to Bahcesehir University Öğrenci Ödevi	<% 1
12	docplayer.biz.tr İnternet Kaynağı	<% 1
13	acikerisim.sakarya.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
14	HATİPOĞLU, Seda and IŞIK, Elif Sibel. "Havayolu Ulaşımında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: İç Hatlarda Bir Uygulama", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015. Yayın	<% 1
15	Submitted to Nigde University Öğrenci Ödevi	<% 1
16	acikkaynak.bilecik.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
17	acikarsiv.ankara.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
18	Submitted to Beykent Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1

19	Submitted to Istanbul Aydın University Öğrenci Ödevi	<% 1
20	acikerisim.gelisim.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
21	www.isarder.org İnternet Kaynağı	<% 1
22	acikerisim.ticaret.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
23	dspace.balikesir.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
24	Submitted to Istanbul Medipol Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
25	libratez.cu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
26	Submitted to Canakkale Onsekiz Mart University Öğrenci Ödevi	<% 1
27	dspace.atilim.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
28	repository.bilkent.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
29	AYŞE ERSOY YILDIRIM. "ZİYARET SIKLIKLARINA BAĞLI OLARAK ALIŞVERİŞ MERKEZİ MÜŞTERİLERİNİN, ALIŞVERİŞ MERKEZİNİN	<% 1

HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN BEKLENTİLERİ",
Journal of International Social Research, 2016
Yayın

30	search.emarefa.net İnternet Kaynağı	<% 1
31	9lib.net İnternet Kaynağı	<% 1
32	Submitted to TechKnowledge Turkey Öğrenci Ödevi	<% 1
33	acikerisim.karatay.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
34	Submitted to CITY College, Affiliated Institute of the University of Sheffield Öğrenci Ödevi	<% 1
35	openaccess.iste.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
36	www.emeraldinsight.com İnternet Kaynağı	<% 1
37	967c5bd4-7a5f-4fd4-85a3- 782b846503d9.filesusr.com İnternet Kaynağı	<% 1
38	DEMİR, Halis and OKAN, Tarhan. "Etkileşimsel ve Dönüşümsel Liderlik: Bir Ölçek Geliştirme Denemesi", İstanbul Üniversitesi, 2008. Yayın	<% 1

39	acikerisim.alanya.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
40	acikerisim.ksu.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
41	acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
42	bys.trakya.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
43	dergipark.ulakbim.gov.tr İnternet Kaynağı	<% 1
44	dspace.trakya.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
45	acikerisim.baskent.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
46	acikerisim.erdogan.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
47	hacettepeaso.hacettepe.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
48	icebconference.org İnternet Kaynağı	<% 1
49	tez.sdu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
50	www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1

51	Submitted to Abant İzzet Baysal Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
52	Submitted to Eskişehir Osmangazi University Öğrenci Ödevi	<% 1
53	acikerisim.aku.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
54	acikerisim.deu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
55	docs.neu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
56	doczz.biz.tr İnternet Kaynağı	<% 1
57	turizm.kastamonu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
58	www.icomep.com İnternet Kaynağı	<% 1

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Yiğitcan AKAL

Öğrenim Durumu: Yüksek Lisans-2021

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü	Anadolu Üniversitesi	2009-2013
Yüksek Lisans	İşletme Anabilim Dalı İşletme Yüksek Lisans Programı	Atılım Üniversitesi	2021-

İş Deneyimi:

Çalıştığı Yer	Görev	Yıl
Ankara Medipol Üniversitesi	Fakülte Sekreteri	2020-

Yabancı Diller: İngilizce

Yayınlar:-

Tarih: 04.07.2023