

**T.C.  
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**YÜKSEKÖĞRETİMDE HEDPERF İLE HİZMET  
KALİTESİNİN GEÇERLİLİĞİ**

**GÖZDE NUR ERÜSTÜN**

**HAZİRAN-2019**

T.C.  
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YÜKSEKÖĞRETİMDE HEDPERF İLE HİZMET  
KALİTESİNİN GEÇERLİLİĞİ**

**GÖZDE NUR ERÜSTÜN**

TEZ DANIŞMANI:  
**PROF. DR. GÜLNUR ETİ İÇLİ**

HAZİRAN-2019

**Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde bizzat elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada özgün olmayan tüm kaynaklara eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.**

Gözde Nur ERÜSTÜN

18/06/2019

## ÖZ

### YÜKSEKÖĞRETİMDE HEDPERF İLE HİZMET KALİTESİ GEÇERLİLİĞİ

Erüstün, Gözde Nur

Yüksek Lisans, İşletme

Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ

Haziran 2019

Öğrenim hizmeti, öğrencilerin hayatları boyunca iş bulma ve kariyer yollarını, hayat standartlarını etkileyecek bir hizmet durumundadır. Öğrenciler üniversite seçiminde verilen yükseköğretim hizmetinin kalitesini araştırarak karar vermektedir. Üniversitenin hizmet kalitesi öğrencilerin öğretimden memnuniyetini belirlemektedir. Öğretimdeki hizmet kalitesi öğrencinin geleceğe ve çalışma hayatına hazırlanmasında büyük önem taşımaktadır.

Kırklareli Üniversitesi İİBF öğrencilerine uygulanan çalışma ile yükseköğretimde hizmet kalitesi algısının ölçülmesinde HEDPERF ölçeğinin geçerliliği sınımlanmıştır. Araştırmada tamamlayıcı veri analizleri ve tamamlayıcı istatistikler olarak, güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yöntemleri uygulanmıştır. Araştırmada HEDPERF ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda HEDPERF ölçeğinin eğitim ve öğretimde hizmet kalitesi algısının ölçülmesinde geçerliliği sınımlanmış ve doğrulanmıştır.

**Anahtar Kelime:** Öğretim, Hizmet, Kalite, Hizmet Kalitesi, Hedperf, Kırklareli Üniversitesi

## **ABSTRACT**

### **SERVICE QUALITY VALIDITY WITH HEDPERF IN HIGHER EDUCATION**

Erüstün, Gözde Nur

Master's Degree, Administration

Thesis Advisor: Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ

June 2019

The education service is a service that will affect the life standards and career paths of the students throughout their lives. It determines the quality of higher education services given by the students in the university selection. The service quality of the university determines the satisfaction of the students. The quality of service in education is very important in preparing the student for the future and working life.

The validity of the HEDPERF scale has been tested for the measurement of service quality perception in higher education taken by Kırklareli University FEAS students. Reliability analysis, explanatory factor analysis and confirmatory factor analysis methods were applied as complementary data analysis and complementary statistics. HEDPERF scale was used in the study. As a result of the study, the validity of HEDPERF scale in measuring the service quality perception in education and training was tested and verified.

**Keyword:** Education, Service, Quality, Service Quality, Hedperf, Kırklareli Universty

## ÖNSÖZ

Öncelikle bu çalışmanın ilk gününden beri bana yardımcı olan, desteklerini esirgemeyen, her konuda yardımcı olan ve bana sonuna kadar güvenen canım aileme teşekkür etmek istiyorum. Bu çalışmada yanımda olan, her zaman destek veren, yanımda olan canım Eşim'e teşekkür ederim.

Bu çalışmada en çok payı olan, bilgi birikimini benimle paylaşan, yardımcı olan, zamanını ve ilgisini eksik etmeyen ve tezin oluşmasında en büyük paya sahip olan sevgili hocam Prof. Dr. Gülnur ETLİ İÇLİ 'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Gözde Nur ERÜSTÜN

Haziran,2019

Kırklareli

## İÇİNDEKİLER

|                   |     |
|-------------------|-----|
| BEYAN.....        | iii |
| ÖZ.....           | iv  |
| ABSTRACT.....     | v   |
| ÖNSÖZ.....        | vi  |
| KISALTMALAR ..... | x   |
| TABLolar .....    | xi  |
| ŞEKİLLER .....    | xii |
| GİRİŞ .....       | 1   |

### BİRİNCİ BÖLÜM

|   |    |
|---|----|
| TEMEL KAVRAMLAR VE TANIMLAR.....            | 3  |
| 1.1. Hizmet Kavramı .....                   | 3  |
| 1.1.1. Hizmetin Tanımı .....                | 3  |
| 1.1.2. Hizmetin Özellikleri .....           | 5  |
| 1.2. Hizmet Kalitesi Kavramı .....          | 10 |
| 1.2.1. Kalite Tanımı .....                  | 10 |
| 1.2.2. Hizmet Kalitesinin Tanımı.....       | 12 |
| 1.2.3. Hizmet Kalitesinin Özellikleri ..... | 12 |
| 1.2.4. Hizmet Kalitesinin Boyutları .....   | 13 |

### İKİNCİ BÖLÜM

|  |    |
|--|----|
| YÜKSEKÖĞRETİM KAVRAMI VE YÜKSEKÖĞRETİMDE<br>HİZMET KALİTESİ..... | 19 |
| 2.1. Yükseköğretim Kavramı .....                                 | 19 |
| 2.1.1. Yükseköğretimin Tanımı .....                              | 19 |
| 2.1.2. Yükseköğretimin Amacı .....                               | 20 |
| 2.1.3. Türkiye’de Yükseköğretim ve Gelişimi .....                | 20 |

|   |    |
|---|----|
| 2.2. Yükseköğretim Hizmetleri .....               | 23 |
| 2.2.1. Yükseköğretimde Hizmetin Özellikleri ..... | 25 |
| 2.2.2. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi .....      | 29 |

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA HİZMET KALİTESİ MODELLERİ..... 33**

|  |    |
|--|----|
| 3.1. Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin Kavramsal Hizmet Kalitesi<br>Modeli (SERVQUAL) ..... | 33 |
| 3.2. Cronin ve Taylor Hizmet Kalitesi Modeli (SERVPERF) .....                                | 35 |
| 3.3. Abdullah Firdaus Hizmet Kalitesi Modeli (HEDPERF) .....                                 | 36 |

### **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

#### **KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ'NDE HEDPERF GEÇERLİLİĞİ İLE İLGİLİ BİR UYGULAMA ..... 41**

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı .....       | 42 |
| 4.2. Araştırmanın Önemi .....                  | 42 |
| 4.3. Araştırmayla İlgili Sınırlamalar .....    | 42 |
| 4.3.1. Ana Kütle ve Örnek Kütle Seçimi .....   | 42 |
| 4.3.2. Araştırmanın Veri Toplama Aracı .....   | 43 |
| 4.3.3. Araştırmanın Yöntemi .....              | 44 |
| 4.3.4. Veri Toplama Aracının Uygulanması ..... | 44 |
| 4.3.5. Veri Analizi Yöntemi .....              | 44 |
| 4.4. Araştırmanın Bulguları .....              | 45 |
| 4.4.1. Demografik İstatistikler .....          | 45 |
| 4.4.2. Geçerlilik Analizi .....                | 48 |
| 4.4.3. Açıklayıcı Faktör Analizi .....         | 48 |
| 4.4.4. Güvenilirlik Analizi .....              | 53 |
| 4.4.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi .....        | 53 |



|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>SONUÇ</b> .....             | <b>59</b> |
| <b>KAYNAKÇA</b> .....          | <b>61</b> |
| <b>EKLER</b> .....             | <b>71</b> |
| <b>EK 1: Anket Formu</b> ..... | <b>71</b> |



## KISALTMALAR

|                 |                                     |
|-----------------|-------------------------------------|
| <b>TDK</b>      | : Türk Dil Kurumu                   |
| <b>SERVQUAL</b> | : Service Quality                   |
| <b>SERVPERF</b> | : Service Performance               |
| <b>HEDPERF</b>  | : Higher Education Performance      |
| <b>DFA</b>      | : Doğrulayıcı Faktör Analizi        |
| <b>AFA</b>      | : Açıklayıcı Faktör Analizi         |
| <b>YEM</b>      | : Yapısal Eşitlik Modeli            |
| <b>CR</b>       | : Güvenilirlik                      |
| <b>AVE</b>      | : Ortalama Açıklanan Varyans olmalı |
| <b>MSV</b>      | : Maksimum Paylaşılan Varyans       |
| <b>ASV</b>      | : Ortalama Paylaşılan Varyans       |

## TABLÖLAR

|  |    |
|--|----|
| <b>Tablo 1:</b> Fiziksel Mallar ve Hizmetler Arasındaki Farklar.....   | 5  |
| <b>Tablo 2:</b> Kalite Kavramı.....                                    | 11 |
| <b>Tablo 3:</b> Kalite Boyutları.....                                  | 14 |
| <b>Tablo 4:</b> Türk Yükseköğretim Sisteminin Organizasyon Şeması..... | 23 |
| <b>Tablo 5:</b> Üniversitede Müşteri.....                              | 24 |
| <b>Tablo 6:</b> Juran'ın Tripol Şeması.....                            | 25 |
| <b>Tablo 7:</b> Servqual Ölçeğinin Boyutları.....                      | 35 |
| <b>Tablo 8:</b> Demografik Özellikler.....                             | 47 |
| <b>Tablo 9:</b> KMO ve Bartlett's Testi Derecelendirme Tablosu.....    | 49 |
| <b>Tablo 10:</b> KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları.....                | 49 |
| <b>Tablo 11:</b> Açıklayıcı Faktör Analizi Boyutları.....              | 50 |
| <b>Tablo 12:</b> Uyum İyiliği Değerleri.....                           | 56 |
| <b>Tablo 13:</b> Doğrulayıcı Faktör Analizi Yapısı.....                | 57 |

## ŞEKİLLER

|   |    |
|---|----|
| Şekil 1: Doğrulayıcı Faktör Analizi Yapısı..... | 56 |
|---|----|



## GİRİŞ

Bir bilim olarak pazarlama, ilk ortaya çıkışından bugüne kadar sürekli gelişen, değişen ve kendini yeni teknolojilere adapte edebilen dinamik bir yapıya sahip olmuştur. Gün geçtikçe gelişen ve değişen rekabet koşullarında sadece malların/ürünlerin pazarlanmasının yeterli olmadığı düşünülerek hizmetlerin pazarlanması da birçok araştırmaya konu olmuştur. Küreselleşen dünyada, artan rekabet koşullarında firmalar gerek imalat gerekse hizmet sektöründe birbirlerine karşı rekabet avantajı sağlayabilmek ve etkinliklerini arttırabilmek için yoğun bir çaba göstermektedirler. Söz konusu rekabet üretilen malların fiziksel özelliklerinden ziyade satış öncesi ve sonrası sunulan hizmetlere odaklanmıştır. Modern toplumlarda hizmet sektörünün harikulade büyümesi nedeniyle, hizmetin yönetiminin ve pazarlamasının öneminin aynı zamanda artması beklenmektedir (Retap ve öte., 2015: 13).

Değişen ve gelişen rekabet koşullarına ayak uydurabilmek ve piyasada sürdürülebilir bir varlık ortaya koymak zordur. Piyasada sürdürülebilir ve kalıcı bir yer edinmek hizmeti ne kadar iyi sunduğunuz ve müşteriye ne kadar memnun edebildiğiniz ile alakalıdır. Hizmetin sunumunun ve şeklinin pazarlanabilmesinin kolaylığı müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarına uygunluğu ile ilgisini ortaya koymaktadır.

Hizmet kalitesi müşterilerin beklenti ve algıları sonucunda ortaya çıkmaktadır. Hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik çalışmalar yapıyor olması ve hizmetlerin kaliteli bir şekilde sunulmaya çalışılması bunun pazarlama bilimi içinde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Hizmetin kalitesi tüm alanlarda olduğu gibi yükseköğretimde de önemli bir yere sahip olmuştur. İş dünyasının ihtiyaç duyduğu vasıflarda personelin yetişmesine olanak sağlayan öğretim kurumlarında hizmet kalitesi önemli bir hale gelmiştir. Eğitim hizmetlerinde hizmetin alıcısı olarak öğrenciler ve veliler bunu ancak öğrencinin elde ettiği başarı ile ölçebilmekte ve öğretimde hizmetin kalitesinin bu şekilde farkında olabilmektedirler.

Yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesi bilim kurumları olarak görülen üniversitelerin tercih edilmektedir. Yükseköğretim kurumunun hizmet kalitesinin göstergesi; o yükseköğretim kurumunu tercih etmiş ve

yerleşmiş öğrencilerin üniversite yerleştirme sınavlarından aldığı puanların yüksekliği ya da düşüklüğü ile ölçümlenmektedir. Yükseköğretim kurumunda öğretim gören öğrenciler için ise kurumun fiziksel koşulları, konumu, akademik personeli, idari personeli, bilgi ölçümü, sosyal etkinlikleri, mezun olduktan sonraki iş olanakları ölçüm göstergesi olarak kabul edilmektedir

İlk bölümde konuyla ilgili temel kavramlar ve bunların tanımları yapılacaktır. Bu bölümde Hizmet kavramı, kalite kavramı ve hizmet kalitesi kavramının literatürdeki tanımlamaları ve bu kavramların özellikleri açıklanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde yükseköğretim kurumları ve yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesi ele alınmaktadır. Ayrıca yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin önemi üzerinde durularak yükseköğretim kurumlarında sunulan hizmetin bu kurumlar açısından faydalarından bahsedilmektedir.

Üçüncü bölümde hizmet kalitesi modelleri sıralanarak hizmet kalitesi modelleri ve yükseköğretimde hizmet kalitesi modelleri için ayrı ayrı tanımlamalar yapılmaktadır. Ayrıca bu bölümde hizmet kalitesine getirilen eleştirilere de yer verilmektedir.

Dördüncü bölüm de ise araştırma amacı, kapsamı, sınırlılıkları, önemi ve bulguları ortaya konulmaktadır.

# 1.BÖLÜM

## TEMEL KAVRAMLAR VE TANIMLAR

### 1.1. Hizmet Kavramı

Hizmet kavramı, bireyin beklenti ve ihtiyaç sahibi olmasından dolayı insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır. Bu nedenle de ilk önce hizmet kavramının tanımlanmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

#### 1.1.1. Hizmetin Tanımı

Genel anlamda hizmetin maddi bir niteliği yoktur. İnsan ihtiyaçlarını gidermeye yöneliktir. Elle tutulamayan, saklanması mümkün olmayan faaliyetlerdir. Her hizmet bir takım ürünlerle birlikte düşünüldüğünde anlam kazanmaktadır.

Hizmet kavramı 1700'lü yıllarla birlikte ele alınmaya başlamıştır. Hizmet kavramı yıllar geçtikçe zenginleşen içeriği ile iki farklı boyutla açıklanmış olup bu boyutlar çekirdek ürün ve destek hizmetleri olarak tanımlanmıştır. Çekirdek ürün boyutu standart bir hale getirilemeyen, koklanamayan, dokunulamayan soyut unsurları oluştururken destek hizmetler asıl ürünü satın alan tüketiciye satış öncesi ve sonrası sunulan hizmetlerden oluşmaktadır. (Karatepe, 1997:88).

Literatürde hizmet bir takım özelliklerinden dolayı tanımlanmasında zorluklarla karşılaşılan bir kavramdır. Bu nedenle de literatürde karşımıza çok sayıda ve farklı tanımlar çıkmaktadır. Bu tanımlamalara aşağıda yer verilmektedir:

Kotler, “hizmet bir tarafın diğerine sunduğu, temel olarak dokunulamayan ve herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan bir faaliyet ya da faydadır. Üretilmesi ise, fiziksel bir ürüne bağlı olabilir ya da olmayabilir” şeklinde bir tanım yapmaktadır (Kotler, 2003: 5).

Grönroos, hizmet kavramını dokunulmaz (soyut) yapısı olan, müşteri ve hizmet sağlayıcılar arasındaki kaynaklar, ürün ve hizmeti sunum esnasında oluşan ilişki ve müşteri problemlerine çözüm sağlayan işlemler ya da işlemler dizisi olarak tanımlamaktadır. (Grönroos, 2000: 43).

Amerikan Pazarlama Birliği (AMA) ise hizmet kavramını satış öncesi veya satış sonrası sağlanan faydalar olarak tanımlamış olup hizmeti 10 farklı boyutta sınıflandırmaktadır (Öztürk, 2009:23). Bunlar:

- Sağlık hizmetleri,
- Finansal hizmetler,
- Profesyonel hizmetler(avukatlık, muhasebecilik, mimarlık gibi),
- Konaklama ve turizm hizmetleri,
- Spor ve sanat hizmetleri,
- Kâr amacı gütmeyen hizmetler,
- Fiziksel dağıtım ve kiralama hizmetleri,
- İletişim hizmetleri,
- Kişisel bakım ve onarım hizmetleridir.

Vargo ve Lusch, çalışmasında somut mallar ile soyut mallara yapılan tanımlamaların bu terimleri tanımlamak yerine bir sınırlandırmaya neden olduğuna değinmiştir. Bu açıklamayı destekleyici örnekler de aşağıda verilmiştir (Vargo ve Lusch,2004: 324-325).

Solomon ve arkadaşları, hizmetlerin pazarlanması, ürünler yerine satış öncesi ve sonrası sunulan faaliyetler ve bu faaliyetlerin pazarlanması şeklinde bir yaklaşım getirmiş ve özellikle hizmetlerin soyutluğunun üzerinde durmuşlardır (Solomon ve öte., 1985: 99).

Lovelock, “*Hizmet bir şey(nesne) değil, süreç ve performanstır*” olarak bir tanım yapmıştır (Vargo ve Lusch, 2004: 325; Lovelock ve Gummesson, 1991: 21).

Edvardsson (2005:128) faaliyetler, eylemler, süreçler ve etkileşimlerin hizmet kavramını tanımlama da en çok kullanılan terimler olduklarını belirtmiştir.

Bir başka tanımda ise hizmet, işletme fonksiyonları içerisinde toplumla en çok iletişim kurma şansına sahip olan temel fonksiyon olarak değerlendirilmiştir (Babacan, 2009:1).

Tüm bu tanımlamaların ortak özelliğinin hizmet kavramının özelliklerinden yola çıkılarak oluşturulmuş olmaları ve dokunulmazlık özelliğinden bahsedilmesi olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca varılması gereken diğer bir nokta ise, hizmet kavramının tanımlanma zorluğundan



dolayı evrensel bir tanıma ulaşamamasıdır. Bu tanımlamalardan yola çıkılarak kısaca bir tanım yapmak gerekirse, hizmet; faaliyet, süreç ve etkileşimdir.

### **1.1.2. Hizmetin Özellikleri**

Hizmetin özellikleri hizmet kavramını diğer somut mallardan ayıran noktaları ifade etmektedir. Hizmet kavramının daha iyi anlaşılabilmesi ve kavranabilmesi için bu özelliklerin fiziksel mal özellikleriyle karşılaştırılarak açıklanması gerekmektedir. Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Grönroos, 2000: 46).

**Tablo 1. Fiziksel Mallar ve Hizmetler Arasındaki Farklar**

| <b>FİZİKSEL MALLAR</b>  | <b>HİZMETLER</b>  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Dokunulabilir</li><li>• Türdeş</li><li>• Üretim ve dağıtım tüketiminden ayrılmıştır</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Dokunulmaz</li><li>• Türdeş değildir</li><li>• Üretim ve tüketim eş zamanlı süreçlerdir</li></ul>     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Bir şeydir. (Nesneler)</li><li>• Temel değer fabrikada üretilir</li><li>• Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmazlar</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bir faaliyet ya da süreçtir</li><li>• Temel değer alıcı ve satıcı etkileşimlerinde üretilir</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Stoklanabilir</li><li>• Sahiplik transfer edilebilir.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Müşteriler üretime katılır</li><li>• Stoklanamaz</li><li>• Sahiplik transfer edilemez</li></ul>       |

**Kaynak:** Grönroos, 2000: s.47.

Hizmetlerin tanımlanması noktasında, hizmetler fiziksel mallarla kıyaslanmaktadır. Tablo 1’de hizmetlerin ve malların temel karakteristik özellikleri karşılaştırmalı olarak sıralanmaktadır. Bu özellikler aşağıda tanımlanacaktır.

#### **1.1.2.1. Dokunulmazlık**

Hizmet kavramının tanımlamalarına bakıldığında kavramın genel olarak kabul edilen en önemli özelliğinin hizmetlerin dokunulmazlığı olduğu görülmektedir. Bu nedenle de hizmetler kolay algılanamamakta ve tanımlanmasında zorluk çekilmektedir.

Hizmetler nesnel değildirler. Bu nedenle de hizmetlere dokunulamamakta ve görülememektedir. Kimi zaman hizmetleri alır ancak onları temsil edecek somut bir varlık bile göremeyiz. Böyle zamanlarda da hizmet kendini sağladığı katkı olarak hissettirmektedir.

Yukarıda Tablo 1’de de görüldüğü üzere her mamulün içinde mutlaka hizmetin bulunduğu, aynı şekilde her hizmetin içinde de somut ürünlerin var olduğu görülmektedir. Ancak bunları birbirinden tamamen ayırmak neredeyse imkânsızdır. Soyut ve somut mallarda hizmetin varlığını kabul etmekle beraber tüm bu mamullerde soyut ve somut unsurların varlık oranları farklılık göstermektedir. Buna basit bir örnek vermek gerekirse alışveriş yapmak için gittiğimiz bir butikte bile tek amaç alışveriş yapmak gibi görünse de butiğin dekoru, bizimle ilgilenen elemanın tutum ve davranışları ve bizimle olan iletişimi bizim tercihlerimizi etkilemekte ve belirlemektedir.

Hizmetlerin dokunulmazlık özelliğinden dolayı bir takım sorunlar ile karşılaşmaktadır. Bunlar şöyle sıralanabilmektedir (Öztürk, 2010: 19-20):

- Hizmetler müşterilere kolayca sunulamaz ve sergilenemez.
- Hizmetlerin patentleri zordur ve bu yüzden kolaylıkla taklit edilebilmektedirler.
- Hizmetler stoklanamadığından talepte oluşacak dalgalanmaları yönetmek zorlaşmaktadır.
- Hizmetin birim maliyetlerini belirlemek zordur.
- Hizmetlerin fiyat ve kalite ilişkisi karmaşık bir yapıdadır.

Tüm bu sorunların giderilmesi somut unsurların varlık oranlarını arttırarak hizmetin somutlaştırılması çabasıyla giderilebilmektedir. Bir başka yöntem ise soyut bir unsur olmasına rağmen rekabet üstünlüğü sağlamada önemli bir yeri olan marka ve imaj unsurlarından destek almaktır. Örneğin Boğaziçi Üniversitesi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi gibi imaj ve statü oluşturmuş yükseköğretim kurumları bu soyut unsurlarını kullanarak öğrenciler tarafından çokça tercih edilen kurumlar olmuştur.

### **1.1.2.2. Dayanıksızlık**

Dayanıksızlık hizmetler için stoklanamama, yeniden satılamama, saklanamama anlamlarını taşımaktadır. Hizmetlerin dokunulamaz olması, soyut olması, bazı zamanlarda sergilenememesi ve müşteriler tarafından görülememesi hizmetin dokunulmazlık özelliğini oluşturmaktadır.

Hizmetlerin dayanıksızlık özelliği dokunulmazlık özelliğinin yarattığı bir durum olarak görülmektedir. Dayanıksızlık özelliğinin de oluşturduğu durum hizmetlerin mallar gibi stoklanıp depolanamamasıdır. Hizmetlerin sunumunda bekletme imkânı bulunsa dahi, bekletilen hizmet ihtiyaçların anlık olması nedeniyle müşteriye bir fayda sağlamayacaktır.

Araştırmacılar hizmetlerin zamana karşı bağımlılıkları üzerinde özenle durmaktadır. Bu durum hizmetlerin dayanıksızlık özelliğine bağlı olarak talep edilmeyen hizmetin kaybolmasına, fazla talep edilen hizmetin de karşılanamamasına neden olmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007: 22).

Dayanıksızlık özelliğinin bir dezavantajı da somut mallarda gerçekleştirilebildiği gibi son kalite kontrol işlemlerinin yapılamamasıdır. Hizmetlerde ne yazık ki bu kalite kontrol süreçlerinin gerçekleştirilememesi sonucu hizmeti sunan personelin hata yapma şansı yoktur. Hizmeti her sunuşunda doğru bir şekilde yerine getirmelidir.

Hizmetlerin dayanıksız olması işletmelerin arz talep dengesini oluşturmasını, fiyatlamayı ve tutundurma çabalarını etkilemekte ve zorlaştırmaktadır. Öğretim hizmetlerinde dersin o anda verilmesi ve olmayan öğrencilerin bu hizmeti bir daha alamaması hizmetin dayanıksızlığını ve üretildiği anda tüketilmesi gerektiğinin önemini açıklayan bir örnektir.

### **1.1.2.3. Türdeş olmama**

Hizmetlerin nesnel olma özelliğinden dolayı müşteriler için esas olan üretilen performanslar ve sunum şekilleridir. İki farklı kişi tarafından üretilen hizmetin aynı olma olasılığı neredeyse imkânsızdır. Aynı zamanda üretilen hizmet aynı olsa dahi sunulan hizmet müşteriden müşteriye değişmektedir. Müşterilerin önceki deneyimleri ve beklentileri birbirinden farklılık göstermektedir. Bu da hizmeti sunan kişi aynı olsa dahi hizmetin algılanışında

farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Hizmetin türdeş olmama özelliği bu şekilde açıklanabilir.

Türdeş olmama özelliği hizmetlerin standardize edilememesini açıklayan en önemli özellik olmaktadır. Emeğe dönük ürünler olan hizmetler farklı zamanlarda, farklı müşterilere, farklı yerlerde, farklı kişiler tarafından sunulmaktadır ve bu sebeple hizmetlerin tek tip bir şekilde sunulması yani standardize edilmesi imkânsızdır (Özer ve Özdemir, 2007: 20).

Mallardaki üretim sürecinde bir standart oluşturulabilmesine rağmen hizmet sürecinde hizmeti sunan kişiye, hizmeti alan tüketiciye ve hizmetin sağlandığı zamana göre hizmetin değişkenlik göstermesi nedeniyle bir standart oluşturmak güçleşmektedir. Hizmeti alan tüketicinin tecrübesi ile hizmet algısı arasında doğru bir orantı bulunmaktadır. Tüketici aldığı hizmeti daha önce aldığı hizmetler ile karşılaştırarak karar vermektedir. Bu nedenle hizmetin başarılı olması, hizmeti sunan hizmet sağlayıcı ile hizmeti alan tüketici arasındaki iletişime bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. (Palmer, 1997: 56).

Daha önce de bahsedildiği gibi hizmete ya da ürüne insan emeğinin katkısı değişmektedir. %100 soyut olan ve insan emeğine dayalı sunumlarda türdeş olmama özelliği kendisini daha açık bir şekilde göstermektedir. Öyle ki hizmet üretim sürecinde çalışan personelin performansı günden güne, hatta saatten saate değişkenlik gösterebilmektedir. Bu durum bile hizmetin türdeş olmasına engel olmaktadır. Diğer bir neden ise her müşterinin hizmet beklentilerinin ve deneyimlerinin farklı olmasıdır (Özer ve Özdemir, 2007: 21).

Vargo ve Lusch (2004:329) , pazarlama araştırmacılarının hizmetin türdeş olmama özelliğini en aza indirgeyip standartlaştırma çabasına girmelerinin yersiz bir çaba olarak yorumlamışlardır. Bu yersiz çaba yerine hizmetin müşteri odaklı bir hale getirilmesi ve müşteriselleştirme yoluna gidilmesinin daha doğru olacağı kanısındadırlar. Bu durumda standartlaştırma yerine müşterilerin tercih ve beklentileri doğrultusunda bir hizmetin sunulmasının avantaj oluşturabileceği sonucuna varılmaktadır. Ayrıca bunun sadece hizmetler bazında değil, soyut ya da somut olsun tüm

ürünlerin geneline yayılması gerektiği düşüncesi oluşmaktadır (Vargo ve Lusch, 2004:329).

Hizmetin bu özelliği bir takım sorunlara neden olmaktadır. Bu hizmetlerin standartlaştırılmaması, kalite kontrol faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve incelenmesinin zorluğu ve hizmete özgü bir tutundurma çabasının oluşturulması problemi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Hizmetlerin kişiden kişiye, zamandan zamana ve personelden personele değişiklik göstermesi bu sorunların ortaya çıkmasının en önemli nedenleri arasında gösterilir.

#### ***1.1.2.4. Eş zamanlı üretim- tüketim***

Eş zamanlı üretim ve tüketim özelliği üretim ve tüketim süreçlerinin birbirinden ayrılmadan hizmetin sunulmasını ifade etmektedir. Burada hizmetin üretiminde yer alan personel de, hizmeti alıp tüketecek olan müşteri de bu süreçten ayrılamamaktadır.

Lovovelock'a göre, hizmet üretiminde ve sunumunda “*müşteriler ürünün bir parçasıdır*” ve “*müşterinin işe dâhil olma oranı yüksektir*” (Vargo ve Lusch, 2004:329).

Mamuller üretilip, satılır ve en son müşteriler tarafından tüketilir. Hizmetlerde ise bu aşamalar yer değiştirmiştir. Hizmetler ilk önce müşteriler tarafından talep edilir, daha sonra üretilir ve eş zamanlı olarak müşteriler tarafından tüketilirler (Zeithmal ve öte., 1985: 34 ).

Eş zamanlı üretim ve tüketim özelliğinin de bir takım dezavantajları bulunmaktadır. Üretim ve tüketim süreçlerinin ayrılmaz olması, üretim süreci içinde hem personelin hem de müşterinin yer alması üretim sürecinin kontrolünün yapılmasını zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda hizmetin bu özelliğinden dolayı hizmet sunumunda personelin bir şansı vardır. Çünkü soyut olan hizmetlerin iade edilmesi, değiştirilmesi gibi faaliyetler için somut ürünler olan mallardaki gibi bir durum söz konusu olmamaktadır. Diğer bir dezavantajı da malların dağıtılmasını sağlayan dağıtım kanallarından büyük bir oranda yararlanılamamasıdır. Müşteriler hizmeti alabilmek için hizmetin üretildiği yere gitmek zorundadırlar. Örneğin, öğrenci öğretim hizmetini alabilmek için okuluna gitmek zorundadır. (Özer ve Özdemir, 2007:19-20).

Hizmetlerin aynı anda üretim ve tüketimi ürünlerin stoklanamaması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenden dolayı kapasiteyi doğru ve verimli kullanmak için talep tahmini ve iyi planlama yapılması zorunlu hale gelmektedir. Ayrıca hizmetlerde normal bir şekilde geriye dönüş olmaz (Zeithaml ve Bitner, 1996:19). Örneğin öğretmensiz geçen bir dönemin öğrenci için öğretimsel olarak telafisi olsa da geçen zamanın telafisi yoktur.

Eş zamanlı üretim ve tüketimde müşteri ile ilişkiler çok önemlidir. Hizmetler sunulurken üretim sürecinde yer alan müşteri hizmeti deneyimlerken aynı hizmeti almak için bekleyen diğer müşteriler bu hizmet sunumunun gözlemcisi olmaktadır. Dolayısıyla diğer bekleyen müşteriler bu deneyim sayesinde bir fikir sahibi olarak hizmeti alma kararları etkilenmektedir.

Eş zamanlı üretim ve tüketimin dezavantajları yanında avantajları da bulunmaktadır. Hizmetler müşteri odaklı gerçekleştirildiğinden müşterilerin istek ve beklentileri doğrultusunda kişiye özel bir sunum yapılabilmektedir. Bu müşteriler açısından önemli bir odak noktası olmakta, bu nedenle de tüketim ve üretim süreçlerinin ayrılığı imkânsız sayılmaktadır. Vargo ve Lusch (2004:330) bu özelliği şöyle açıklamaktadır” *Mallardan yarar elde edilmesinin yolu müşterinin ürünü kullanımınıdır ve ayrıca kullanım sonrası verilen geribildirimlerin de müşteriyi üretim sürecine bir şekilde dâhil etmesidir.*” Araştırmacıların vurguladığı gibi “müşteriselleştirme” önem kazanmaktadır.

## **1.2. Hizmet Kalitesi Kavramı**

Hizmet kalitesi kavramı müşteriler için hizmeti sunanların başarıları ve tercih edilebilmeleri açısından önemli bir yere sahiptir. Hizmet kalitesi kavramından önce kalite kavramının bilinmesi önemlidir.

### **1.2.1. Kalite Tanımı**

Hizmetin soyutluğu ve beklenti ve ihtiyaçlara göre farklılık oluşturması nedeniyle kalite algılamasında da farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle de kalite kavramının genel bir tanımını yapmak zorlaşmakta ve bu sebeple de kalite kavramı konusunda farklı tanımlamalar ortaya çıkmıştır.

Kalite kelimesi Fransızcadan gelmiştir ve ‘mükemmele ulaşma isteği’ olarak tanımlanmaktadır. Literatürde yapılan kalite tanımlarına bakıldığında (Gümüšođlu ve öte., 2007:39-40);

**Tablo 2. Kalite kavramı**

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| J. Juran (1993)                      | Kalite, amaca ve kullanıma uygunluk olarak tanımlanmaktadır.   |
| Feigenbaum (1986)                    | Kalite alınmakta olan ürün veya hizmetin tüketicinin ihtiyaç ve beklentilerini sağlayabilen, üretim ve bakım faaliyetlerinin toplamı olarak tanımlanmıştır.  |
| P. B. Crosby (1983)                  | Kalite koşullara uygunluk olarak tanımlanmıştır.   |
| Ishikawa (1985)                      | Kalite; kontrolü mümkün, ekonomik, kullanımı ve ulaşılması kolay, tüketicinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan ürünü veya hizmeti üretmek, satış öncesi ve sonrası hizmetlerini vermek şeklinde tanımlamıştır.                     |
| Weinberg (1992)                      | Kalite, kişiye göre algılanan bir değerdir tanımlamasını yapmıştır.  |
| Avrupa Kalite Denetim Birliği (2009) | Kaliteyi, ürün ve ya hizmetin tüketicinin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilen özelliklerin tümü olarak tanımlamıştır.  |
| Miyauchi (1996)                      | Kalite, şirketlerin yüksek rekabet gücüyle varlığını sürdürmek, çalışanların güvenliği ve tüketicilerin memnuniyetini sağlamaya çalışan, bunun yanında sosyal sorumluluk faaliyetlerinin de yapılacağı bir yapı olarak tanımlanmıştır. |

**Kaynak:** Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kamusal, yarı kamusal, kâr amacı gütmeyen veya özel tüm yapılarda kalite uygulanabilmektedir. Kalite, tüketicinin hangi seviyede ne yapıldığına, aldığı karar ve önlemlere, sunulan ürün ya da hizmete gösterilen davranışa uygulanmaktadır. Tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçlarına göre toplumun gelişimi, beğeni ve alışkanlıklar kalite kavramını değiştirmektedir. Bu nedenle asıl amaç tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerini iyi belirlemek ve piyasadaki eşdeğer ürün ve hizmetlere göre daha iyi kalitede ürün ve hizmet sunabilmektir. (Bozkurt, 1995: 175).

Kalite aslında imalat sanayinde geliştirilmiş olup yükseköğretim kurumlarında kalite kontrol kavramı tanımlanması güç bir kavram haline gelmiştir. Bu da kavramsallaştırma konusunda zorluğu beraberinde getirmektedir (Sahney ve öte., 2004:145). Bu kavramın tanımlanma

zorluğu Yükseköğretim kurumlarındaki hakim kültürün bireysel özgürlüğe dayanmasıdır (Largosen ve öte., 2004:61-69; Colling ve Harvey, 1995: 30-34). Bu gerçek nedeniyle yükseköğretim kurumlarındaki kalite geliştirmenin ve araştırmanın zorluğunun farkına varılmış ve ekip çalışmasının zorunluluğu ortaya konmuştur (Boaden ve Dale, 1992:126-136). Ancak yine de hizmet kalitesi yükseköğretim kurumunun paydaşları için çok önemlidir. Öğrenciler, çalışanlar, aileler, toplum, resmi kurumlar gibi paydaşlarını etkilemektedir (Sudha, 2013:121-132).

Tüm bu tanımlar bir arada değerlendirildiğinde kalitenin müşteri açısından algılanan bir unsur olduğu ve kaliteyi oluşturanın müşteri odaklı bir bakış açısı olduğu sonucuna varılmaktadır.

### ***1.2.2. Hizmet Kalitesinin Tanımı***

Kalite müşteri odaklı bir yapısı olması dolayısıyla da anlaşılması ve ayırt edilmesi zor olan boyutlardan oluşan bir kavramdır. Sonuç olarak varılan en önemli nokta hizmetlerin dokunulmaz, dayanıksız, eş zamanlı üretim ve tüketim özelliklerine sahip olmaları nedeniyle hizmet kalitesi kavramı içinde kesin ve genel bir tanımlama yapmanın çok güç olmasıdır. Ancak hizmet kalitesinin en çok esas alındığı ve temel olarak kabul edilebilecek en önemli tanımı Parasuraman ve arkadaşları tarafından ortaya konulmuştur.

Parasuraman, Zeithmal ve Berry (1985: 48-49) hizmet kalitesi kavramını, müşteri hizmetlerinde beklentilerin ve algıların karşılaştırılması esasına dayandırmıştır. Ayrıca algılanan hizmetin beklenen hizmetten düşük olması durumunda kalitenin tatmin ediciliğinin düşük olduğunu; algılanan hizmet ile beklenen hizmetin eş değer olması durumunda kalitenin tatmin edici olduğunu; algılanan hizmet düzeyinin beklenen hizmet düzeyinden yüksek olması durumunda ise kalitenin tatmin ediciliğinin yüksek olduğunu savunmaktadırlar.

Bu tanımdan yola çıkılarak kısaca bir tanım yapmak gerekirse; hizmet kalitesi, müşterilerin beklenti ve algılarının arasındaki farktır.

### ***1.2.3. Hizmet Kalitesinin Özellikleri***

Hizmet kalitesinin özellikleri dört kategoride toplanabilmektedir. Bu özellikleri aşağıdaki gibi tanımlamak mümkündür (Dilşeker, 2011:11-12):



- İlk kategori davranışsal özellikler olarak adlandırılabilir. Hizmeti sunan kişilerin davranışları hizmeti alan kişileri etkilediği gibi hizmeti alan kişilerin davranışları da hizmeti sunan kişiyi etkileyebilmektedir. Hizmeti sunan personelin güler yüzlü olmaması hizmeti alan kişiyi mutsuz edecek ve oluşan tatmin düzeyi de düşecektir. Aynı zamanda firmaların yaptığı tanıtımlar ve reklamlar da müşterilerin beklentileri üzerinde bir etki sağlayabilmektedir. Bu nedenle de firmalar müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarını tespit etme yoluna gitmelidir. Böylece müşteriler üzerinde bir etkiye de sahip olacaklardır.
- İkinci kategoriye göre hizmetin dayanıksızlık özelliğinden dolayı hizmet istendiği zamana göre ayarlanmalı ve ona göre sınıflandırılmaya gidilmelidir. Bu sınıflandırmaya rağmen, hizmetin sunum öncesi, hizmetin sunulduğu an ve hizmet sonrası anı kapsayacak şekilde genel bir sınıflandırılmaya gidilmelidir.
- Üçüncü kategorisi uygunsuzluk olarak adlandırılmıştır. Hizmetin sunumunda amaçlanan performanstan sapma derecesi olarak tanımlanmıştır. Hizmetin temel amacı müşteriye beklenen seviyede hizmeti sunmaktır. Böylelikle düşünülen kalite düzeyi de sağlanmış olacaktır.
- Dördüncü kategori ise, hizmetlerin sunum şekilleri ve kanalları ile ilgilidir. Hizmetin sunulmuş tarzı ve dağıtım kanallarının müşteri üzerinde inkâr edilemez bir etkiye sahip olduğu açıktır. Bu nedenle müşteri beklenti ve ihtiyaçlarının nasıl ve ne şekilde sunulacağı müşterilere adapte edilmiş şekilde belirlenmeli ve buna uygun bir uygulama seçilmelidir.

#### ***1.2.4. Hizmet Kalitesinin Boyutları***

Hizmetin eş zamanlı üretim ve tüketim özelliğinden daha önce bahsedilmiş, bu özelliklerden dolayı müşterilerin sadece satın alma sırasında değil hizmetin üretildiği süreç içinde de yer aldığı açıklanmıştır. Bu özelliklerden yola çıkarak Parasuraman ve arkadaşları tarafından müşterilerin hizmetin üretildiği sırada, girdi aşamasında ve bütün üretim boyunca hizmetin

içinde yer alması nedeniyle hizmet kalitesinin ölçülmesinin zorluğu görülmüştür. Hizmet kalitesinin ölçümündeki geniş kavram ağını daraltmak ve kolaylaştırmak amacıyla demografik bilgiler ile hizmetten müşterinin beklenti ve algılarının bulunduğu 7’li likert ölçeğinin (1. Hiç katılmıyorum, 7. Tamamen katılıyorum) kullanıldığı bir anket çalışması geliştirmiş ve uygulamışlardır. Çıkan sonuçlarda beklenti ve algılar demografik bilgiler ile karşılaştırılmıştır. Amaç hizmet kalitesinin ölçülebilmesi ve hizmet kalitesi ile ilgili boyutlar ve kavramlar geliştirebilmektir. Bu anket çalışması sonucunda Parasuraman ve arkadaşları tarafından bir hizmet paketi olarak adlandırdıkları hizmet kalitesi boyutları ortaya konmuştur. Bu hizmet paketinin oluşturulmasında göz önünde bulundurulması gereken hizmet kalitesi boyutları şöyle sıralanmaktadır (Parasuraman ve öte., 1985: 43; Eleren ve öte., 2007:76):

**Tablo 3: Kalite Boyutları**

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Güvenilirlik</b> | Hizmetlerin güvenilir bir şekilde gerçekleştirilmesi durumunu kapsamaktadır. Hizmetin söz verildiği zamanda yerine getirilmesi, kayıtların doğru tutulması ve faturaların yanıltıcı olmaması bu boyutu tanımlamaktadır.  |
| <b>Heveslilik</b>   | Personelin hizmet sunumunda istekli ve arzulu olmasını tanımlamaktadır. Bu boyut hizmetin zamanında yerine getirilmesi, hızlı bir şekilde müşteriye geri dönülmesi, personelin işinde titiz ve dikkatli olması, müşterilere yardım etme isteği ve bu yardımın en iyi şekilde gerçekleştirilmesini kapsamaktadır. Bir işlemin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi, hizmetin gerçekleşmesi için müşteriye hemen cevap verilmesi ve hemen hazırlanıp müşteriye sunulması bu boyutun örneklerindedir. |
| <b>Yetenek</b>      | Müşteri ile ilişki içerisinde olan personelin gereken bilgi ve beceriye sahip olmasını ifade etmektedir. Bu boyut çalışanların öğretimini içeren boyutu kapsamaktadır. Çalışanların ürün hakkındaki bilgi ve becerisi, müşterinin sorularına yanıt verebilmesi, hizmet sunumunda destek sağlayıcı personelin yeterli bilgi ve beceriye sahip olması bu boyut açısından önemlidir. Örgütün araştırma yeteneği de bu bilgi ve becerilerin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.                      |

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Ulaşılabilirlik</b>    | Hizmete kolay ulaşabilmeyi ve kolay iletişime geçmeyi ifade etmektedir. Hizmet için bekleme süresinin kısa olması ve çalışma sürelerinin uygun olması bu boyut içerisinde değerlendirilebilmektedir. Örneğin; bir bankanın çağrı merkezini aradığınızda sizinle ilgilenilmesi ve isteğinizin bir kerede hızlı bir şekilde yerine getirilmesi bu boyutu kapsamaktadır.  |
| <b>Saygı</b>              | Hizmeti sunan personelin saygılı, kibar ve düşünceli olmasını ifade etmektedir. Personelin, müşteriyle dostça ilişki kurması ve onlarla nazik bir şekilde iletişimde bulunması bu boyutu oluşturmaktadır. Özellikle müşteriyle bire bir iletişim kuran personelin nezaketi önemlidir. Hizmeti sunan personelin temiz ve bakımlı görünüşü ve müşteriye özel bir ilgi göstermesi bu boyutu açıklamaktadır.   |
| <b>İletişim</b>           | Hizmeti sunan personelin hizmeti alan müşterilerle iletişiminde müşteriye anlaşılır bir şekilde bilgilendirmesini esas almaktadır. Müşterinin anlayabileceği şekilde bilgi vermek önem arz etmektedir. Örneğin hizmet sunumu hakkında bilgi sahibi olan müşterilere ürün hakkında bilgi verirken kullandığımız dil ile bu konuda bilgisi olmayan müşterilere hizmet hakkında bilgi verirken kullandığımız dil bir olmamalıdır. Müşteriye hizmet hakkında, hizmetin maliyeti, bir problemle karşılaşıldığında çözülebileceği konusunda güvence vermeyi kapsamaktadır. |
| <b>İnanılrlık</b>         | Personelin müşterilere içten bir şekilde davranması esastır. Çalışanların inanılrlığın, dürüstlüğü, müşteri çıkarlarını esas alması bu boyutu tanımlamaktadır. Bu boyut aynı zamanda işletmenin itibarına katkıda bulunan bir boyuttur.  |
| <b>Güvenlik</b>           | Sunulan hizmetin tehlikeden uzak olmasını ifade etmektedir. Bu boyut işletmedeki bilgilerin gizliliğini ve korunmasını da esas almaktadır. Müşterilerin maddi ve manevi güvenliği ve gizliliği bu boyut altında değerlendirilmektedir. Çalışanların bilgili ve nazik olması, müşteriye güven hissi yaratması önem arz etmektedir.  |
| <b>Müşteriyi Tanıma</b>   | Personelin müşteri ihtiyaç ve beklentilerini tanımayı ve öğrenmeyi esas kabul etmektedir. Personel müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini iyi öğrenmeli, onları tanımalı ve anlamalıdır. Sürekli müşterileri tanımak, çözmek ve anlamak bu boyutun gerekliliklerindedir. Bu nedenle kalitenin oluşturulmasında en önemli boyut olarak değerlendirilebilmektedir.   |
| <b>Fiziksel Varlıklar</b> | Hizmetin fiziksel kanıtları esas alınmaktadır. Hizmetin gerçekleştirilmesinde kullanılan araç ve gereçler, hizmetin görünüşü, sunuş şekli ve yeri fiziksel kanıtlar olarak ifade edilmekte ve hizmet kalitesi açısından müşteri beklenti ve ihtiyaçları yanında müşterinin algısını da etkileyen bir boyut olarak önümüze çıkmaktadır.   |

**Kaynak:** Parasuraman ve öte., 1985: 44-45.

Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen bu hizmet kalitesi boyutları çalışmalarda sınıflandırmada karşılaşılan sorunlar nedeni ile fazla görülmüş ve geliştirilmiştir. 10 başlık altında toplanan hizmet kalitesi boyutları bu çalışmanın geliştirilmesi ile beş boyuta indirilmiştir. Bunlar güvenilirlik, fiziksel özellikler, heveslilik, güvence ve empati boyutlarıdır. Bu boyutlar da aşağıda açıklanmıştır (Parasuraman ve öte., 1985:46,Devebakan ve Aksaraylı, 2003:34-58):

**Güvenilirlik:** Sunulması istenilen hizmetin müşterinin istediği zamanda ve doğru bir şekilde yerine getirilmesi, müşterilerin yaşadığı sorunlarla yakından ilgilenip çözümlenmesi gibi konuları içermektedir. Performansın sürekliliği önemlidir.

**Fiziksel Özellikler:** Ekipmanlar, hizmetin sunumuyla ilgili olan araç ve gereçler, fiziksel olanaklar, hizmeti sunan personelin giyimi, hizmetin sunulduğu mekânın dekorasyonu ve mimarisi, hizmetin sunulduğu esnasında personelle iletişimi sağlayan araçlar bu boyutta incelenmektedir. Kalitenin oluşumunda büyük etkiye sahiptir.

**Heveslilik:** Hizmeti sunan personelin müşterilere karşı olan yardım etme isteği, hizmetin olabildiğince hızlı ve doğru bir şekilde verilmesi, çalışanların işi yapmadaki istekleri ve memnuniyetlerini bu boyut altında incelemek mümkün olmaktadır.

**Güvence:** Hizmet sunumuyla ilgilenen personelin ve çalışanların hizmet ile ilgili bilgi ve becerileri, müşterilere karşı olan nazik davranışları, çalışanların müşterilerin sorularına hızlı ve doyurucu bir şekilde cevap verebilmeleri ve müşteriler üzerinde güven duygusu oluşturabilme yeteneklerini inceleyen boyuttur.

**Empati:** Hizmet sunan personelin kendilerini müşterilerin yerine koyabilmelerini, her müşteri ile bireysel olarak ilgilenebilmelerini ve müşteri sorunlarının ve isteklerinin hizmeti sağlayan iş görenlerce bilinmesini içeren boyuttur. Bu boyutta şirketin kendisini müşteri yerine koyabilmesi ve müşterilere kişisel ilgi gösterebilme becerisi ayırt edici bir özellik oluşturmaktadır.

Hizmet kalitesinin bu boyutları ile müşterilerin beklediği ve algıladığı hizmet kalitesi arasındaki fark daha basit bir şekilde ölçülebilmektedir. Bu

hizmet kalitesi boyutları daha çok mal üreten işletmeler için daha iyi bir yöntem olduğundan bu boyutların öğretimde hizmet kalitesini ölçmede yeterli olmadığı kanısına varılmıştır. Bu nedenle Abdullah Firdaus (2006: 370) tarafından bu boyutlarda bir takım değişikliklere gidilerek öğretimde hizmet kalitesini ölçebilecek boyutlar geliştirilmiştir. Bu ileriki bölümlerde ayrıntılı bir biçimde açıklanacaktır.





## 2.BÖLÜM

### YÜKSEKÖĞRETİM KAVRAMI VE

### YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ

#### 2.1. Yükseköğretim Kavramı

##### 2.1.1. Yükseköğretimin Tanımı

Yükseköğretim kurumları, toplumun mavi yakalı olarak tanımlanan vasıflı işgücüne olan gereksinimi ve bilimin çabaları ile toplum sorunlarının çözümüne odaklı öğretim kurumları olarak kabul edilmektedir (Başkan, 2001:21).

Yükseköğretim kavramı ve üniversite kavramı çoğu zaman aynı anlamı taşımanın yanında farklı anlamlara sahip olmaktadır. Yükseköğretim kavramının literatürde yer almış tanımlamalara aşağıda yer verilmiştir.

Yükseköğretim kavramı; TDK tarafından “ortaöğretimi bitirenlere, üniversite, akademi vb. öğretim kurumları tarafından planlanıp uygulanan öğretimdir” şeklinde tanımlanmıştır. ( TDK, 2013: 500).

Yükseköğretim kavramı Yükseköğretim Kanunu'nun 3. maddesinde de açıklanmıştır. Bu tanıma göre yükseköğretim; milli öğretim sistemi içinde, ortaöğretime dayalı, en az dört yarıyılı kapsayan her kademedeki öğretimin tümü olarak ifade edilmiştir. (YÖK, 2013: 1).

Yükseköğretim, bilimsel bilgiler verilmek için üniversiteler, akademiler ve benzeri kuruluşlar tarafından verilen hizmetler olarak da tanımlanabilmektedir. Bu kavram içinde hem öğretim hem de araştırma faaliyetlerini kapsadığı gibi öğretim süreçleri farklı şekillerde adlandırılmaktadır. Bunlar lisans, lisansüstü ve doktora şeklinde sınıflandırılmaktadır. (Ersoy ve Acartürk, 2006:1).

Yükseköğretim kavramının doğru tanımlanabilmesi için bu kavramın kökeninin de irdelenmesi gerekliliği bulunmaktadır. Ancak yükseköğretim kavramının kökenini inceleyebilmek için üniversite kavramının üzerinde durulması gerekmektedir. İngilizce “*higher education*” ve Türkçe “*yükseköğretim*” kavramları temelde üniversite kavramının günümüzde kullanılan halini yansıtmaktadır. Dolayısıyla yükseköğretimin kökenine

inmek üniversite sözcüğünü irdelemek ile mümkün olabilecektir. (Bayrak: 2007, 8) Üniversite hemen hemen bütün dünyada ortak kullanılan bir kelimedir. İngilizcede “*universe*” kelimesinden gelmektedir. “*Universe*” dünyayı ve bütün insanları kapsayan anlamında kâinat veya evren demektir. Eski İngilizce ve Fransızcadan günümüze kadar gelen üniversite kelimesi bütün kâinat bilimlerini kapsayan, bütün fakülteleri içeren mekân ve kurum demektir(Ağralıoğlu, 2012:147).

Bu tanımlamaların tümü göz önünde bulundurulduğunda üniversitenin akademi gibi kurumlar tarafından verilen öğretim kademelerini içinde bulunduran bir kavram olduğu sonucuna varılmaktadır (YÖK,2013: 2).

### **2.1.2. Yükseköğretimin Amacı**

Yükseköğretimin amaçları ve var olma nedenleri günümüze gelinceye kadar birçok etkenden dolayı değişime uğramıştır. Yükseköğretim kurumlarında ilk olarak öğretim din odaklı bir yol izlerken 19. yüzyıl itibari ile din odaklı öğretimden ayrılarak pozitif bilimlere yönelmiş ve 2. Dünya savaşı sonrasında da “toplum” odaklı bir model haline getirilmiştir. 20. yüzyıl itibariyle yaşanan sosyoekonomik ve siyasi gelişmeler, toplum merkezli olan yükseköğretim kurumlarını da etkilemiş ve bir takım değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Yükseköğretim kurumları, geleneksel rolleri yanında ülkesinde ve bölgesinde sosyal ve ekonomik gelişmeyi desteklemek gibi bir rol de üstlenmiştir (Bayrak, 2007:10-11).

Wilhem Von Humboldt, yükseköğretim kurumu olarak üniversitelerin amacını şöyle tanımlamaktadır: Üniversite, tüm bilim alanlarındaki öğretimin ve araştırma faaliyetlerinin bir bütün içerisinde yürütüldüğü bir kurumdur. Üniversitelerin sahibi devlet değildir. Devletin görevi üniversitede gerçekleşen faaliyetlerin sürdürülmesini sağlayacak bütçeyi tahsis etmek, öğretim üyelerini atamaktır.(Bayrak, 2007:12).

Yükseköğretim kurumlarının amacı kısaca, öğrenci odaklı olup onların geliştirilmesi ve yetiştirilmesidir.

### **2.1.3. Türkiye’de Yükseköğretim ve Gelişimi**

Günümüzde de yürürlükte olan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu’nun yürürlüğe girmiş olduğu 1981 yılında Türkiye’de, lisansüstü öğretim veren



beş tür “yükseköğretim kurumu” bulunmakta idi (T.C. Yükseköğretim Kurulu, 2007:43):

- Üniversiteler,
- Akademiler,
- Bakanlıklara bağlı 2 yıllık meslek yüksekokulları ve konservatuvarlar,
- Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı 3 yıllık (1979’ da, bazıları 4 yıla çıkarıldı) eğitim enstitüleri,
- YAYKUR(1974, Mektupla öğretim).

Bu tarihteki toplam 19 üniversitenin 3’ü İstanbul’da, 3’ü Ankara’da, 13’ü ise, kuruluş tarihlerine göre, Trabzon (Karadeniz Teknik), İzmir (Ege), Erzurum (Atatürk), Diyarbakır (Dicle), Adana (Çukurova), Eskişehir (Anadolu), Sivas (Cumhuriyet), Malatya (İnönü), Elazığ (Fırat), Samsun (Ondokuz Mayıs), Konya (Selçuk), Bursa (Uludağ) ve Kayseri (Erciyes)’de bulunuyordu. Bu dağılıma bölgesel olarak bakıldığında, Karadeniz’de 2, Marmara’da 4, İç Anadolu’da 7, Ege’de 1, Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da 5 üniversite vardı. Bunların yanında, Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nin Gaziantep’te fen-edebiyat ve mühendislik alanlarına ağırlık veren bir kampüsü tam faaliyet halindeydi. Bu dağılım, yükseköğretimi ülke geneline yayma politikasının 1981 yılından önce başladığını göstermektedir. İstanbul ve Ankara dışındaki üniversiteler büyük ölçüde bu iki büyük şehirdeki üniversitelerin destekleri ile ayakta durmaktaydılar. Karadeniz Teknik Üniversitesi’ne İstanbul Teknik Üniversitesinin, Sivas, Kayseri ve Samsun’daki üniversitelere Hacettepe Üniversitesi’nin, Dicle Üniversitesi’ne Ankara Üniversitesi’nin, Fırat ve Anadolu üniversitelerine Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nin sağladığı destek bu duruma örnek olarak verilebilir (T.C. Yükseköğretim Kurulu, 2007:43).

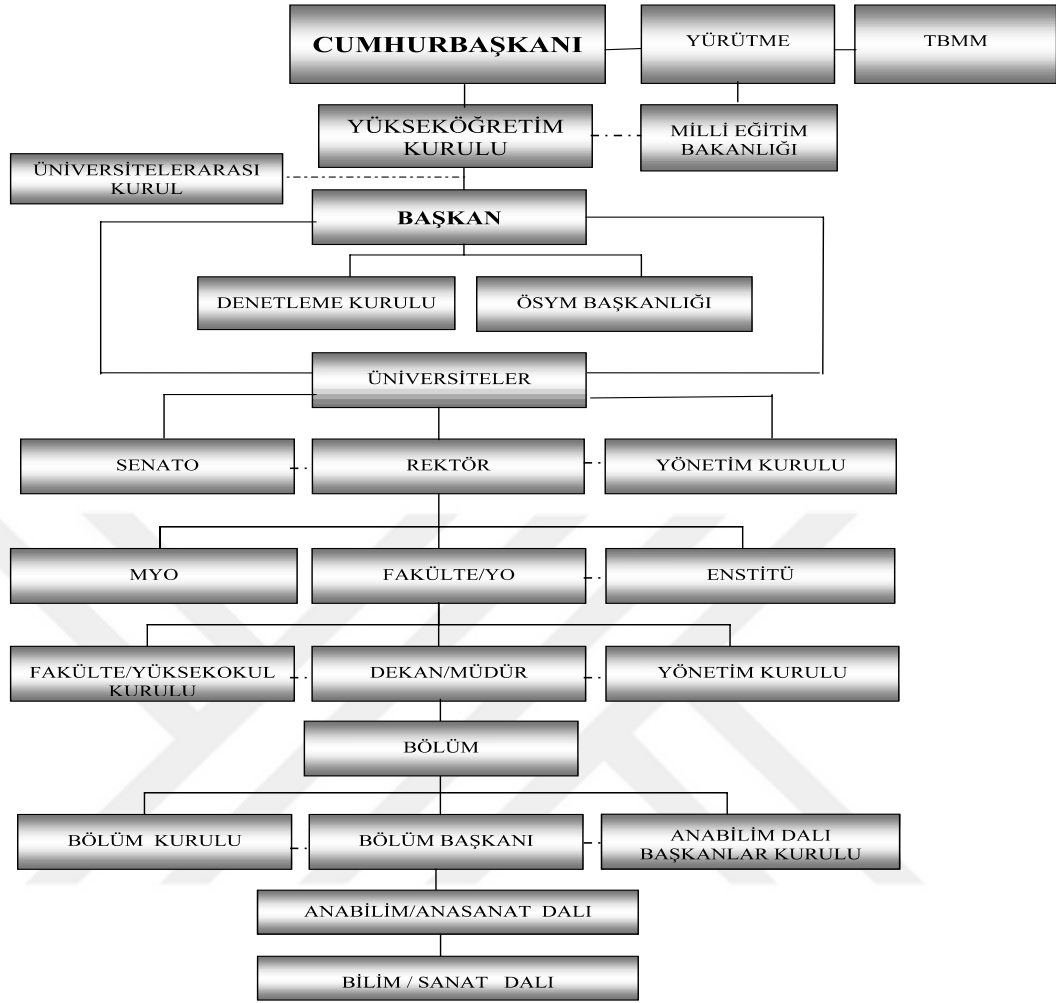
2547 sayılı yasanın tüm yükseköğretim kurumlarını aynı çatı altında toplamasıyla akademiler ve eğitim enstitüleri, sırasıyla, üniversitelere ve eğitim fakültelerine dönüştürülmüş, meslek yüksekokulları ve konservatuvarlar üniversitelere bağlanmış, bu uygulama çerçevesinde 1982 yılında, İstanbul’da 3 (Marmara, Mimar Sinan, Yıldız Teknik), Ankara

(Gazi), Antalya (Akdeniz), İzmir (Dokuz Eylül) ve Edirne’de (Trakya) birer üniversite oluşturulmuş, ayrıca Van’da Yüzüncü Yıl adı ile yeni bir üniversite kurulmasıyla üniversite sayısı 27’ye ulaşmıştır.

1984 yılında faaliyete geçen Bilkent Üniversitesi, kâr amacı gütmeyen bir vakıf yükseköğretim kurumu olarak türünün ilk örneğini oluşturmuştur. 1994 ile 2006 yılları arasında kurulan ve faaliyete geçen 22 yeni vakıf üniversitesi (15’i İstanbul’da, dördü Ankara’da, ikisi İzmir’de, biri Mersin’de) ile üniversite ve yüksek teknoloji enstitülerinin sayısı 78’e ulaşmıştır. 1 Mart 2006 tarih ve 5467 sayılı yasayla 15 yeni devlet üniversitesi kurulması ile devlet üniversiteleri sayısı 68’e yükselmiştir. 25 vakıf üniversitesi de eklenince toplam üniversite sayısı 93’e ulaşmıştır. Bu üniversiteler ülkede 57 ile yayılmış bulunmaktadır. Ayrıca, her ilimizde, bir üniversiteye bağlı en az bir tane dört yıllık yükseköğretim kurumu, pek çok ilçemizde ise iki yıllık meslek yüksekokulu bulunmaktadır.

Yeni bir gelişme olarak 2006 yılında üniversiteler arasında işbirliği protokolları yapılmaya başlanmıştır. 2018 Aralık ayı itibari ile ülkemizde üniversite sayısı 206’ya ulaşmıştır. 206 üniversitenin 129’u devlet, 72’si vakıf ve 5 tanesi de vakıf meslek yüksekokuludur (<https://istatistik.yok.gov.tr/> (09.01.2019)). Ülkemizde yükseköğretim sisteminin organizasyon şeması Tablo 2’de verilmektedir.

**Tablo 4. Türk Yükseköğretim Sisteminin Organizasyon Şeması**



**Kaynak:** T.C. Yükseköğretim Kurulu, Türkiye'nin Yükseköğretim Stratejisi, Ankara, Şubat,2007.s.48

## 2.2. Yükseköğretim Hizmetleri

Yükseköğretim hizmetleri öğrencilere akademik bir bilgi kazandırmayı ve onları nitelikli bir iş gücü haline getirmeyi amaçlamaktadır. Ancak 20. yüzyılda oluşan küreselleşme ile rekabet alanının oluşması ve oluşan bu rekabet alanının çokça genişlemesi sebebiyle bu hizmetlerin verilebilmesi kadar en iyi şekilde sunulması da büyük önem kazanmıştır. Bu nedenle de yükseköğretimde hizmet kalitesi anlayışı oluşmuştur.

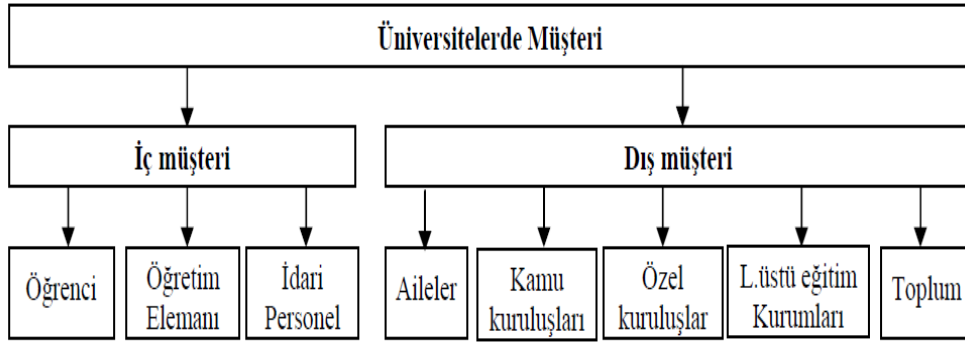
Kalite kavramının yükseköğretimde sahip olduğu işlevler bakımından klasik bir hizmet işletmesi ile özellikleri aynıdır. Müşteri ile öğrenci eşitlemesinde doğru bir kavram bulunamasa da hizmet kalitesinin

geliştirilmesi için uygulanan yöntemleri öğretimin iyileştirilmesi için de kullanmak mümkün olmaktadır (Uysal ve öte., 2016: 276).

Hizmet sektöründe hizmet sağlanan her bir tüketici müşteri olarak tanımlanmaktadır. Öğretim sektöründe bu hizmetlerden yararlanan her bir kişi müşteri kavramı içine girmektedir. (Yılmaz ve öte., 2007:302.). Yükseköğretim kurumlarında öğrenciler başta olmak üzere, akademik personel, işveren kurum ve kuruluşlar, aileler ve devlet bu geniş müşteri tanımı içinde yer almaktadır. (Gürbüz ve Ergülen, 2008: 21).

Yükseköğretim kurumlarında müşteri kavramını aşağıdaki tablo ile açıklayabiliriz.

**Tablo 5. Üniversitelerde Müşteri**

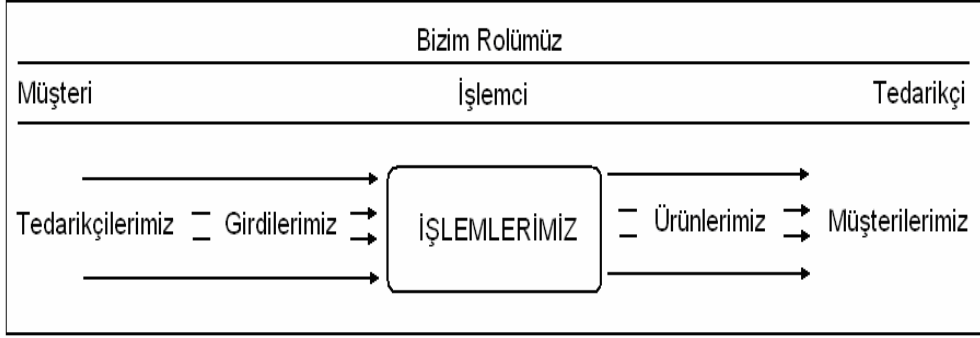


**Kaynak:** Çavdar, 2009: 105

Tablo 5 'te yer alan tarafların her biri öğretim sürecinin bir müşterisi durumundadır. Birçok hizmet sektöründe müşteri kavramı farklı tanınmakta olduğundan kavram karmaşası oluşmaktadır. Yukarıda bulunan her bir öge öğretim hizmetinde müşteri görevini üstlenmekte olup geniş bir müşteri kavramını oluşturmaktadır. Öğrencilerin öncelikli müşteriler olarak beklenti ve ihtiyaçlarının belirlenip karşılanmaya çalışılması için geliştirilen kalite programlarında diğer müşteri gruplarının da göz ardı edilmeden bu kalite programlarına dâhil edilmesi önemlidir (Bektaş ve U. Akman, 2013:123).

Yükseköğretimin müşterilerini planlamanın kullanışlı ve kapsamlı bir yolu Juran'ın Triple Role kavramıdır. Kavram Tablo 6 'teki gibi TRIPROL şemasıyla gösterilebilir.

**Tablo 6: Juran'ın Tripol Şeması**



**Kaynak:** Gaşparík, 2007:166

Tripol yükseköğretim kurumlarında farklı müşteri gruplarının belirlenmesini kolaylaştırmakla birlikte farklı müşteri gruplarının rolünü açıklamakta da rol oynamaktadır. Tedarikçiler yükseköğretim kurumları olarak tanımlanmakta; öğrenciler, veliler ve toplum müşterileri oluşturmaktadır. Müşterilere sunulan hizmet yani ürünler öğretimdir. Girdileri tesisler, öğretim binaları ve sosyal tesislerdir. İşlemleri ise akademisyenler ve idari personel oluşturmaktadır. Tüm bu süreçte yükseköğretim kurumlarında verilen öğretim yani hizmet müşterilere ulaştırılmaktadır. (Rahman ve öte., 2015, 12)

Yükseköğretim kurumlarındaki öğretim hizmetinin özü öğrencilerin beklenti ve algıları arasındaki farkla oluşmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki kişinin algısı sadece kendi beklentileri ile oluşmamakta toplum, arkadaşlar ve bulunulan ortamlar kişinin beklentisi üzerinde etkili olmaktadır (Gajic, 2012: 29-41).

### **2.2.1. Yükseköğretimde Hizmetin Özellikleri**

Yükseköğretimde hizmet kalitesi, girdi ve çıktı olan öğrencilerin beklentilerinin en iyi şekilde karşılanmasının yanında çalışanların öğrenciler ile olan etkileşiminin kuvvetine de bağlı olarak oluşmaktadır. Bu sonuca bağlı olarak hizmet ve hizmetin özelliklerinin belirlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Yükseköğretim kurumlarında hizmetler; faaliyetler, süreçler ve performanslar şeklinde tanımlanmaktadır (Bayrak, 2007: 76).

Yükseköğretim kurumlarının ana hizmeti öğretim vermektir. Ancak bu ana hizmetin yanında sosyal kapsam altında yapılması gereken bir takım

yükümlülükler 2547 Sayılı Kanun'da belirtilmiştir. Bu yükümlülükleri, öğrencilerin barınma, beslenme, çalışma, dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirme gibi sosyal ihtiyaçların karşılanması, bütçe imkanları dâhilinde okuma salonları inşa etme, sağlık merkezleri açma, öğrenci kantin ve yemekhaneleri açma, toplantı, sinema, tiyatro, spor salonları ve kamp yerleri sağlayarak bunlardan öğrencilerin en iyi şekilde yararlanması olarak sıralanmaktadır. Bunların yanında yükseköğretim kurumlarının kamu ve özel kuruluşlarla işbirliği kurması ile öğrencilerin iş bulma çabalarında yardımcı olma ve psikolojik ve rehberlik hizmetleri vererek öğrencilerin kişisel ve ailevi problemlerinin çözümünde yardımcı olma yükümlülükleri de bulunmaktadır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Genel Müdürlüğü: 2013: 1).

Hizmetlerin dokunulmazlık, türdeş olmama, dayanıksızlık ve eş zamanlı üretim ve tüketim özellikleri yükseköğretim kurumları açısından aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilmektedir.

#### ***2.2.1.1. Yükseköğretim hizmetlerinde dokunulmazlık***

Hizmetleri soyut mallardan ayıran en önemli özellik hizmetlerin dokunulmaz olmasıdır. Bir ürün ya da mal üreten işletmede müşteri ürünü satın almadan önce gözle görebilir, dokunabilir ve hatta deneyerek faydası hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Ancak hizmetlerde dokunabilir bir ürün yoktur. Bu nedenle de müşteri nasıl bir fayda sağlayacağı konusunda tam bir bilgiye sahip olmamaktadır. Ayrıca hizmetlerin dokunulmazlık özelliğinden dolayı somut mallara göre kolayca sergilenmemekte, patentlerinin alınması güçleşmekte ve bu yüzden de taklit edilmeleri kolaylaşmaktadır (Öztürk, 2010:19).

Yükseköğretim kurumlarının daha öncede bahsedildiği gibi amaçlarından biri de öğrencilerine sundukları hizmetin kaliteli olmasıdır. Bu da öğretim elemanlarının öğrencilerle olan etkileşiminin ve bağının kuvvetli olmasına bağlı olmaktadır. Bu nedenle de yükseköğretim kurumlarında hizmetin kalitesi öğretim elemanlarının öğretim boyunca performansına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda çalışanlar ve idari personel de bu performansa dâhil olmaktadır (Bayrak, 2007:77).

Lovelock'a (1991: 23) göre hizmetler; formüle edilemez, kolayca tanımlanamaz ve zihinsel olarak kolayca algılanmaz. Ancak bunun yanında hizmetlerin dokunulamaz olmasına rağmen hizmetin sunulabilmesi için süreç içinde dokunulabilir unsurlara gerek duyulmamaktadır. Yükseköğretim kurumlarında öğretim elemanlarının dersteki ve ders dışındaki performanslarının kalite oluşumundaki etken olmasından dolayı bu performansları arttırıcı unsurların varlığı gerekmektedir. Bu performans arttırıcı unsurlar da dokunulabilir unsurlardan oluşmaktadır. Kütüphane, bilgisayar, teknik laboratuvarlar bu performans arttırıcı dokunulabilir unsurlar olarak sayılabilmektedir. Belirtilmiş olan dokunulabilir unsurlar ile öğretim elemanları en iyi şekilde hizmeti sunmaya çalışmaktadırlar (Bayrak, 2007: 78).

#### **2.2.1.2. Yükseköğretim hizmetlerinde dayanıksızlık**

Hizmetlerin üretiminin ve tüketiminin aynı anda gerçekleşmesi nedeniyle stoklanamaması durumu ortaya çıkmaktadır. Bu özelliğinden dolayı da dayanıksızlık özelliği ortaya çıkmaktadır. Hizmetlerin dayanıksız ürünler olması kullanım sürelerini somut mallara göre daha da kısaltmaktadır (Dilşeker, 2011: 8).

Hizmetlerin sunulduğu anda kullanılamaması bir kayıp ortaya çıkarmaktadır. Hizmetler aktif kullanım ile müşteriye en fazla faydayı sağlayabilmektedir. Yükseköğretim hizmetlerinde verilen öğretim esnasında girilmeyen dersler de kayıp olarak değerlendirilebilmektedir. Geri dönüp bu derslerin bir daha alınması mümkün değildir. Bu nedenle de öğretim hizmetleri dayanıksızlık özelliğini de bünyelerinde barındırmaktadırlar. Bir diğer örnekle ifade edilmek istendiğinde, yükseköğretim kurumlarında gerçekleşen mazeret sınavları, bütünleme sınavları, tek ders sınavları, yaz okulları ve bahar şenlikleri de yükseköğretim kurumları tarafından öğrencilere sunulan bir hizmet olarak örneklendirilebilmektedir. İlan edilen gün ve saatte bu hizmet yerine getirilir. Bu saatte ve günde orada olmayan ve hizmet almayan öğrencinin başka bir zaman ve günde bu hizmeti alma gibi bir şansı yoktur. Bu da öğretim hizmetlerinin dayanıksızlık özelliğine bir örnek olarak verilebilmektedir.

### **2.2.1.3. Yükseköğretim hizmetlerinde türdeş olmama**

Hizmetin üretimi ve sunulması aşamasında müşterinin de orada bulunması gerekmektedir. Hizmet kişiye sunulduğundan müşteri tarafından talep edildikçe sunulur. Bu durum aynı hizmetin farklı zaman aralıklarında farklı kişilerce sunulması sonucunu doğurabileceğinden belli bir standardın oluşmasına da engel olmaktadır.

Hizmeti sunan personelin ya da müşterinin kişisel problemleri, hizmetin sunulduğu ortam, personelin iş problemleri hizmetin sunuluşunu ve kalitesini etkilemektedir. Bu da sunulan her hizmetin birbirinden farklı olmasına ve algılanmasına neden olmaktadır.

Yükseköğretim kurumlarında da sunulan hizmetlerin türdeş olmama özelliği görülmektedir. Hizmetin kurumlarda kişiler aracılığıyla sunulması ve hizmetin algılanmasında bu hizmetleri sunanların performansının etkisi nedeniyle hizmetler standardize edilememektedir. Örneğin yükseköğretim kurumlarında öğretim elemanlarınca verilen derslerde öğretim elemanlarının kişisel problemleri, performanslarını etkileyeceği gibi, bu hizmeti alan öğrencilerin tavırları ve hizmeti almadaki istekleri de farklı günlerde farklı olabilmektedir. Bu da hizmetin farklı günlerde ve saatlerde farklı şekilde algılanmasına ve performansın farklı ölçülerde gelişmesine neden olacaktır. İdari personel açısından bakıldığında da idari personelin öğrencilere gösterdiği tavır ve davranışları, sunması gereken hizmeti doğru ve zamanında yerine getirmesi, her gün aynı olmadığı gibi kişiden kişiye de değişkenlik gösterebilmektedir. Bu örnekler de yükseköğretim kurumlarında hizmetlerin türdeş olmama özelliğini desteklemektedir.

### **2.2.1.4. Yükseköğretim hizmetlerinde eş zamanlı üretim ve tüketim**

Hizmet ve hizmetin özellikleri açıklanırken bahsedildiği gibi hizmetin soyutluğu ve hizmetin sunulmasında hizmeti sunan personel ile hizmeti tüketen müşteri arasındaki iletişimin önemi üzerinde de durulmuştur. Eş zamanlı üretim ve tüketimde hizmet, hizmeti üreten personelden ayrılmaz ve üretildiği yerde müşteri tarafından tüketilmektedir. Bu nedenle ki hizmeti üreten personel ile müşteri arasında iletişim çok büyük önem taşımaktadır.



Yükseköğretim kurumlarında hizmet verildiği anda tüketilmekte ve hizmeti sunan personel ile hizmeti alan öğrenciler arasındaki iletişim hizmetin algılanmasında büyük öneme sahip olmaktadır. Öğrenciler dersi öğretim elemanının anlattığı anda almakta, yaz okulu hakkında bilgi almak istediklerinde ise bir idari personele başvurarak bu hizmeti o anda öğrenci işleri memurundan almaktadırlar. Hizmetin alındığı bu anlarda hizmetin kalitesini oluşturan ise öğretim elemanlarının dersi anlattığı sıradaki performansı ve öğrenci işleri memurunun öğrenciye verdiği hizmet sırasındaki tutumu ve öğrenci ile içerisinde bulunduğu iletişimin değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır.

### ***2.2.2. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi***

Kalite kavramı yükseköğretim kurumlarında ilk uygulanmaya başladığında açık ve tam bir tanımlama getirilememiştir. Yükseköğretim kurumlarında kullanılan kalite kavramı ile genel kalite kavramı aynı anlamı karşılayamamaktadır. Bu nedenle de yükseköğretim kurumlarında kullanılan kalite kavramı “öğretimde mükemmellik” olarak tanımlanmıştır.

Yükseköğretim, sadece mikro yani bireysel bir boyutta bulunmamakta toplumsal yani makro bir boyuta taşınmaktadır. Toplumun değişmesi ve gelişmesi sunulan bu hizmetlerle oluşmaktadır. Bu nedenle de yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetin kaliteli olması bu yaşanan durumların olumlu bir şekilde ilerlemesinde önem kazanmaktadır (Bayrak, 2007:88; Yılmaz, Filiz, Yaprak, 2007:302).

#### ***2.2.2.1. Yükseköğretimde hizmet kalitesinin önemi***

Küreselleşme ile birlikte ulusal ve uluslararası alanda rekabet güçlenmektedir. Bu rekabette önde olabilmek ve uzun vadede bu önderliği sürdürebilmek amacını gerçekleştirebilecek en önemli kaynak nitelikli iş gücüdür. Bu iş gücünü yetiştiren ve hazırlayan en önemli kurumlar ise yükseköğretim kurumları olmaktadır. Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, ürün/hizmette oluşan kalitesizlik o sektöre girdi sağlarken diğer sektörlerle de belirli ve kısa süreli bir etki göstermektedir. Ancak öğretim sektöründe oluşan kalitesizlik diğer sektörlerle girdi oluşturan personeli sağladığından daha uzun ve yüzyıllar sürebilecek bir etkiye sahip olmaktadır ( Önder, 2013: 1) . Bu

nedenle de yükseköğretim kurumlarının sorumlulukları önemli ölçüde artmaktadır. Bu da üniversiteleri kaliteli yönetim çalışmaları yapmaya itmiştir.

Yapılan çalışmalar sayesinde sadece öğretim kalitesinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesinin yeterli olmayacağı tespit edilmiş olup bunun yanında öğretim kalitesini destekleyen öğretim dışındaki hizmetlerin iyileştirilmesinin de önem kazanmakta olduğu anlaşılmıştır. Bunlar yemekhane hizmetleri, spor hizmetleri, kütüphane hizmetleri gibi faaliyetlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesidir.

Yükseköğretim kurumlarında fiziksel ve akademik altyapı, ders programları, sınav ve değerlendirme sistemleri, akademik ve idari çalışan temin ve geliştirme, stratejik plan, sanayi ve toplum ilişkileri alanlarında kalite yönetim çalışmaları gerçekleştirilmelidir (Aktan, 2013: 23).

Ülkemize baktığımızda yıllar içinde yükseköğretim kalitesinin tartışılacağı görülmektedir. Bu tartışmanın ilk nedeni devlet bütçesi üzerinde oluşan baskıdır. Bir diğer ifadeyle devletin kurumlara verdiği bütçenin nasıl ve nerelere kullanıldığını kontrol etmeye başlamasıdır. Üniversitelerin kaliteli hizmet verme imkânlarının artmasının nedeni o yıllarda üniversiteye verilen bütçelerin fazla olmasıdır. Geçen yıllar itibariyle öğrenci sayısı artmış ancak devlete verilen bütçe azalmıştır. Bu nedenle de o yıllarda verilen kaliteli hizmeti sürdürmek gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Bir diğer neden ise üniversitelerin karar alma merkez düzeylerinin yerel düzeye kadar inebilmesidir. Yükseköğretim kurumlarına olabildiğince özerklik verilmeye çalışılmakta, bunun yanında yükseköğretim kurumlarından da kalite beklenmektedir (Bayrak, 2007: 90-91).

#### ***2.2.2.2. Yükseköğretimde hizmet kalitesinin yönetimi***

Temel kalite yönetiminin amacı, müşteri istek ve ihtiyaçları doğrultusunda bir standart belirlemek ve bu standarda göre üretim yapmak ve denetimini sağlamaktır. Ancak hizmet ve hizmet kalitesi kavramlarının soyutluğu, ölçülememesi, tanımlanamaması gibi nedenlerden dolayı temel kalite yönetiminden kısıtlı olarak yararlanılmaktadır (Boz, 2007: 103). Temel

kalite yönetimi safhaları şu şekilde sıralanabilmektedir (Fırat ve Dirlik, 2007: 93):

- Müşteri ihtiyaçlarının ve beklentilerinin belirlenmesi,
- Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilecek ürün ve hizmet özelliklerinin geliştirilmesi,
- Tedarikçi beklenti ve ihtiyaçlarını sağlayan kalite hedeflerinin oluşturulması ve bunların en az maliyetle gerçekleştirilmesinin sağlanması,
- Hizmet kalitesinin ispat edilmesi, yeni sürecin ürün ve hizmet sağlama sürecinde kalite hedeflerini karşılayabilmesinin sağlanmasını içermektedir.

Yükseköğretim kurumları tarafından verilen hizmetler soyut ve dinamik yani değişken bir yapıya sahiptir. Sunulan hizmet kişiden kişiye değişmekte ve müşterinin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda tatmin derecesi oluşmaktadır. Hizmetin üretildiği anda tüketilmesi ve geri dönüşüm oluşturulamaması hizmetlerin soyut ve dinamik bir yapıya sahip olduğunun kanıtıdır.

Yükseköğretim kurumlarında kalite yönetiminin hayata geçirilmesi ile öğretimin her kademesinde görülmektedir. Öğretim hizmetini etkileyen ve kaliteli hizmet veren insan gücü yetiştirilebilmektedir. Aşağıda bu hizmeti sunan ve etkileyen insan gücü alanlarından örnekler verilmiştir (Gürbüz ve Ergülen, 2008:26).

- Fiziki altyapı (bina, spor tesisleri, açık alan vb.),
- Akademik altyapı (laboratuvar, kütüphane, dokümantasyon, iletişim, bilgi işlem, vb.),
- Ders programı,
- Sınav değerlendirme sistemi,
- Akademik/idari personel sağlama ve geliştirme sistemi,
- Araştırma ve yayınlar, kurumsal gelişme planı (stratejik planlama),
- Üniversite- sanayi- toplum ilişkileri.

Yükseköğretim kurumlarında yapılan kalite değerlendirmeleri, Üniversite Konseyleri tarafından oluşturulan Yükseköğretim Akademik

Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu tarafından yürütülmektedir. Komisyon akademik ve idari hizmetleri değerlendirip, gerekli stratejileri ve prosedürleri belirlemekte, oluşturulan plan ve hedeflerin yerine getirilerek kalite standartlarının onaylanmasını sağlamakta ve gerekli güncellemeleri yaparak yükseköğretim kurumunu bu konularda bilgilendirmektedir. Öğretim hizmetlerinin uzun vadeli ve pahalı olmasından kaynaklı yapılan hataların getirdiği sonuçlar da uzun vadede çözümlenmektedir. (Ada, Baysal ve Erkan, 2017:2056) Bu nedenle oluşan hizmeti sunan ve yöneten insan gücü ve materyallerin önemi daha büyüktür.



## 3.BÖLÜM

### YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA HİZMET KALİTESİ MODELLERİ

#### 3.1. Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli (SERVQUAL)

Hizmet kalitesinin tanımlanmasında ve ölçülmesindeki zorluk araştırma literatüründe bir ilgi uyandırmıştır. Değişik sektörlerde değişik tanımlamalar yapılmasına rağmen hizmet kalitesi kavramı yaygın olarak müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması kavramını karşılamaktadır. Bir başka şekilde tanımlanmak istendiğinde ise; müşteri hizmet beklentileri ile algılanan hizmet arasında ortaya çıkan farktır. Performanstan beklenti yüksek ve algılanan hizmet kalitesi de tatmin edici ise hizmet kalitesi ve müşterinin tatmini sağlanmış olacaktır (Shahin, 2005: 2).

Keşfedici araştırmalar sonucunda Parasuraman ve arkadaşları (1985) hem hizmeti sunan firmaların kalite anlayışları ve sunumları arasında, hem de hizmeti alan tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçları ile yaşadıkları tecrübe arasında oluşan boşluklara yönelik hizmet kalitesi için yapılacak olan araştırmalara yardımcı olarak “Boşluklar Modeli”ni geliştirmişlerdir.

Bu boşluklar (farklar), müşteri beklenti ve ihtiyaçları ile yaşadıkları tecrübe arasındaki farklardır ve bu farkların yönü ve şiddeti hizmet kalitesini tanımlamaktadır (Zeithmal ve ark; 1985:47).

- **Fark 1:** Müşteri beklentileri ve yönetimin müşteri beklentilerini algılaması arasındaki fark,
- **Fark 2:** Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile hizmet kalitesi standartları arasındaki fark,
- **Fark 3:** Hizmet kalitesi standartları ile hizmetin sunumu arasındaki fark (hizmet performansı farkı),
- **Fark 4:** Hizmetin sunumu ile dış çevre ile iletişimler arası fark,
- **Fark 5:** Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki farktır (ilk dört boşluğa dayalı ortaya çıkar).

Beklenen hizmeti etkileyen faktörler, kulaktan kulağa iletişim, kişisel ihtiyaçlar ve geçmiş deneyimlerdir. Parasuraman ve arkadaşları tarafından (1985) SERVQUAL Analizi, tüketicilerin beledikleri ve gerçekleşen kalitenin tüketiciler tarafından değerlendirilmesine dayanan bir anket analizi olduğu belirtilmektedir. Diğer bir deyişle SERVQUAL Analizinde hizmet kalitesi değerlendirmesi, müşterilerin “Beklenti – Yaşadıkları” ifadelerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır.

Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL modelinde hizmet kalitesi , “Algılanan Hizmet Kalitesi” ifadesiyle tanımlanmakta ve SERVQUAL hizmet kalitesi beş boyut altında değerlendirilip 22 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde tüketicinin hizmet sağlayan firmalardan beklentileri, ikinci bölümde ise hizmeti alan tüketicinin yaşadıkları sonucunda aldıkları hizmet performansını değerlendirmektedir. (Çiçek ve öte., 2009:204).

SERVQUAL modelinde hizmet kalitesi tüketicilerin tecrübeleri ile beklentilerine yönelik ifadelerle verdikleri yanıtlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayalı bir modeldir. Modelin bu mantığına dayanarak SERVQUAL modeli aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$\text{SERVQUAL skoru (SS)} = \text{Algı Skoru (A)} - \text{Beklenti Skoru (B)}$$

SERVQUAL skorları ile bu beş boyut için ortalama SERVQUAL skoru hesaplanır. Beş boyut için oluşturulan ortalama SERVQUAL skorları iki aşamada elde edilmektedir. 1. Her bir müşteri için her bir boyuta verilen cevaplar toplanarak anketi oluşturan ifade sayısına bölünmektedir. 2. Anket uygulanan müşteriler için birinci adımda toplanan cevaplar anket uygulanan müşteri sayısına bölünür. Toplam hizmet kalitesi skorunu elde etmek için de 5 boyut için hesaplanan skorlar toplanıp 5'e bölünür. Sonuçta bulunan ağırlıklandırılmamış SERVQUAL skorudur (Parasuraman et all, 1988:12-37).

SERVQUAL ölçeğini oluşturan beş temel boyut ve kapsamaları Tablo 7'de görülmektedir. Yazarlara göre bu hizmet boyutları hizmet kalitesinin en

temel kısımlarını açıklamakta ve sorular sektörün alanına göre değişikliklerle her tip hizmet sektörüne uygun hale getirilebilmektedir.

**Tablo 7. SERVQUAL ölçeğinin Boyutları (Bileşenleri)**

| Boyutlar           | Önermeler | Tanımlamalar  |
|--------------------|-----------|---|
| Fiziksel varlıklar | 1–4       | Fiziksel tesisler, hizmeti sunmak için kullanılan araç ve donanım, personelin fiziki görünümü   |
| Güvenilirlik       | 5–9       | Performansın tutarlılığını içerir. Firmanın hizmeti ilk defada doğru yapması ve verdiği sözü tutması anlamına gelir. Taahhüt edilen hizmetin kusursuz, güvenilir biçimde yerine getirme becerisi                  |
| Heveslilik         | 10–13     | Hizmetin sağlanmasında çalışanların istekli oluşu ile ilgilidir. Müşterilere karşı hevesli ve yardımsever olma, hizmeti zamanında ve çabuk yerine getirme   |
| Güvence            | 14–17     | Şüphede, risk ve tehlikeden uzak olma anlamına gelir. Çalışanların bilgili, nazik olması ve müşterilerde güven duygusu uyandırma becerileri   |
| Empati             | 18–22     | Müşterinin ihtiyaçlarını anlamada çaba sarf etmeyi içerir. Müşterinin özellikli ihtiyaçlarını öğrenmeyi, düzenli müşterilerin farkında olmayı içerir. Firmanın müşterilere kişisel ilgi göstermesi ve duyarlılığı |

**Kaynak:** Parasuraman ve öte.,1988:23.

SERVQUAL tekniği, sade olması ve değişik sektörlerde kolayca adapte edilebilecek bir yapıya sahip olmasına rağmen bazı konularda eleştirilmiştir. Cronin ve Taylor, Parasuraman ve arkadaşlarının elde ettikleri sonuçlara eleştirel bir gözle bakarak ihtiyaç ve beklenti ile tecrübe arasındaki farkın hizmet kalitesi ölçümünde temel olduğunu destekleyen sonuçların yetersiz olduğunu öne sürerek basit performans ölçülerinin üstünlüğünü araştıran çalışmaları ele almışlardır. Bu nedenle de bu modelin farklı bir modeli olan SERVPERF geliştirilmiştir.

### 3.2. Cronin ve Taylor Hizmet Kalitesi Modeli (SERVPERF)

Cronin ve Taylor SERVQUAL modelinin ihtiyaç ve beklentilerin ölçülmesinde uygun olmadığını ileri sürerek SERVPERF adını verdikleri hizmetin sunum performansına dayalı olduğuna yönelik bir hizmet kalitesi modeli geliştirmişlerdir. 4 temel hizmet sektöründe bu ölçeği denemişlerdir. Bunlar özel banka, haşere kontrol, kuru temizle ve fast food'tur. (Cronin ve Taylor, 1994:28)

Cronin ve Taylor (1992) yılında hizmet kalitesini ölçmeye alternatif bir model geliştirmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. SERVQUAL modeline çok fazla benzerlik gösteren bir model geliştirmiş olup bu modele SERVPERF ismi vermişlerdir. Bu modelin SERVQUAL modelinden farklı

olan tarafı hizmetin sunum performansına dayalı ifadeler kullanılmış olmasıdır. Bu modelde, SERVQUAL'daki müşterilerin beklenti ve ihtiyaçları ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farkı ölçen ifadeler yerine; sadece müşterinin hizmet kalite algısı üzerine ölçümleme yapan ifadeler kullanılmıştır.

Cronin ve Taylor'a göre, müşteri hizmeti almaya niyetli olduğunda hizmet kalitesini ölçümlerken müşterinin almış olduğu hizmetten duyduğu tatmin etkili olmaktadır. Bu nedenle de bu modelle birlikte müşteri memnuniyeti kavramının ele alınma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Geliştirdikleri modelde davranış ölçümlemenin sonucu oluşan tüketici memnuniyetinin tüketici hizmet kalitesi davranışını ölçen daha iyi bir model olduğunu ifade ederek tüketici algı ve beklenti farklarını ölçümleyen model yerine daha doğru bir ölçümleme olduğunu savunmuşlardır.

Cronin ve Taylor SERVQUAL yönteminde müşteri hizmet tecrübelerini ölçmede boşluk skorlarının doğru olduğunu, beklenti ve tecrübe arasındaki farkın ölçülmesi yerine ise sadece tüketicinin hizmetten elde ettiği tecrübenin ölçülmesinin daha doğru olacağı belirtmişlerdir.

Cronin ve Taylor, SERVPERF yönteminin Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği SERVQUAL yönteminden daha iyi sonuçlar veren bir model olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte SERVPERF ölçeği performansa dayalı ölçümleme modeli olduğundan somut ürünler içinde uygulanabilir bir yöntemdir (İbik Aktan, 2006: 56).

Genel hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilmiş bu modellerin yanında özellikle öğretim hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilmiş modeller de söz konusudur. Bunlardan Abdullah Firdaus'un Yükseköğretim Hizmet Kalitesi Ölçeğinden (HEDPERF) aşağıda bahsedilecektir.

### **3.3. Abdullah Firdaus Hizmet Kalitesi Modeli (HEDPERF)**

Yükseköğretim kurumlarında, hizmet kalitesini ölçümlemek ve geliştirmek için diğer ölçümleme modellerine göre daha kapsamlı ve uyumlu olmak üzere, tüketici hizmet tecrübesine dayalı olan bir model olan HEDPERF ( Higher Education Performance ) ölçeği 2005 yılında Firdaus tarafından geliştirilmiştir (Abdullah, 2006:570).



Abdullah Firdaus, Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL ve Cronin ve Taylor tarafından geliştirilen SERVPERF modellerin öğretim hizmeti sektöründeki karmaşıklık nedeniyle yetersiz görmüştür. Bu nedenle kendisinin geliştirdiği *HEDPERF* ölçeği ile öğretim hizmeti veren kurumların hizmet kalitesini ölçümlemede daha doğru ve güvenilir sonuçlar elde edildiğini savunmaktadır. SERVPERF ve HEDPERF ölçekleri güvenilirlik ve geçerlilik yönünden kıyaslanmış ve bu yeni ölçeğin üstünlüğü kanıtlamıştır. Bu yeni bakış açısı deneyimi ile yönetim süreçlerine dikkat çekerek geleneksel alanlara alternatif olarak akademik standartlar, öğretim ve araştırma performans göstergeleri ortaya koymuştur (Firdaus; 2005:570).

HEDPERF ölçeği sadece akademik öğeleri ölçmeyi değil, aynı zamanda öğretimin tüm boyutlarını ölçmeyi amaçlar. Firdaus'un (2006) yaptığı araştırmalar doğrultusunda geliştirdiği HEDPERF ölçeğine göre hizmet kalitesinin beş boyutu söz konusudur:

**Akademik Olmayan Yönler:** Bu faktör idare ya da destek personelinin öğrencilere karşı saygı gösterme, eşit muamele sağlama ve bilgilerin gizliliğini korumadaki istekliliği ve yeteneği ile ilgilidir.

Akademik olmayan personel yani idari personelin hizmet kalitesi üzerindeki etkisi yadsınamaz. Öğrencilerin bire bir iletişim kurduğu ve akademik personel kadar vakit geçirdiği idari personele hizmet kalitesi için oldukça önemlidir. Bu çalışmada akademik olmayan personel boyutu içine idari personelin öğrencilere yönelik tutum ve davranışları, taleplere ve şikâyetlere cevap verilebilmesi, öğrencilere verilen sözlerin yerine getirilmesi, öğrencilere yönelik olumlu tutum ve davranışların sergilenmesi, öğrencilerle iyi bir iletişim kurulması ve hizmetlerin zamanında sunulabilmesi alınmıştır.

**Akademik Yönler:** Akademisyenlerin sorumluluklarını tanımlayan maddelerdir. Olumlu tutumlara ve iletişim becerisine sahip olan, yeterli danışma sağlayan ve öğrencilere düzenli geri bildirim sağlayan akademisyenleri kapsamaktadır.

Akademik personelin yeterli bilgi ve beceriye sahip olması, öğrenciyle iyi bir iletişim kurması, öğrencilere olumlu tutum ve davranışlar sergilemesi,

problem çözmede istekli ve samimi olması önemli görülmüştür. Özellikle akademik personelin öğrencilerle olan iletişimi hizmet kalitesini yüksek seviyede tutmada önemli bir yere sahiptir. Eti İçli ve Anıl (2013:185) yaptıkları çalışmada HEDPERF ölçeğini kullanarak yükseköğretim kurumunda hizmet kalitesini ölçmüşlerdir. Çalışmalarında akademik yönler boyutunu akademik kalite olarak ele almışlardır. Bu boyutta birçok etken üzerinde durulmuştur. Örneğin, akademik kaliteyi korumak ve arttırmak, öğretim üyelerinin idealleri doğrultusunda tatmin düzeyini yüksek tutmak, bilimsel gelişmeleri takip ederek kendi bilgileri güncellemek ve aktarmak, yeni bilgiler üretmek, üretilen yeni bilgilerin kullanılması, yeni bilim adamları ve araştırmacılarının yetiştirilmesi bunlara örnek olarak verilebilir. Ancak çalışmada yer verilen en temel belirleyiciler akademisyenlerin iletişim becerileri, öğrencilere yönelik tutum ve davranışları ve yüksek akademik desteğin verilmesidir. Eti İçli ve Anıl (2013:186) en yüksek ortalamayı alan, öğrencilerin kalite üzerindeki algılarında en etkili belirleyiciyi akademik personelin öğrencilerle olan iyi iletişimi olarak belirlemişlerdir. Tayyar ve Dilşeker (2012:94)'in yapmış oldukları çalışmada bu çalışmada olduğu gibi akademik yönler boyutu kullanılmıştır. Bu boyut altında öğretim elemanlarını görünüşleri, verdikleri öğretim düzeyi, öğrencilere karşı olan tutum ve davranışları, öğretim elemanlarının yeterlilik düzeyleri ve öğrencilere karşı sorumluluklarını yerine getirmeleri ele alınmıştır. Öğrencilerin beklentilerine ne düzeyde cevap verilebildiğini ölçebilecek ifadeler kullanılmaya çalışılmıştır.

Yurtdışındaki literatüre bakıldığında Shauchenka ve arkadaşları (2014) ise HEDPERF modelini kullanarak yaptıkları çalışmada HEDPERF boyutlarını oluştururken 9 boyut altında değerlendirme yapmayı uygun bulmuş ve akademik yönler boyutunu öğretim elemanları boyutu adıyla ele almışlardır. Bu çalışmada öğretim elemanlarının hizmet kalitesi algısı üzerindeki etkileri, öğrencilerle iletişimi, tutum ve davranışları, öğrenciler için yeterliliği dikkate alınmıştır.

**Erişilebilirlik:** Bu faktör iletişim kolaylığı, mevcut olma, elverişlilik, yaklaşılabirlik gibi maddeleri içerir. Öğrencinin ihtiyaç duyduğu öğelerin zamanında ve taahhüt edilen sürede sunulabilmesini kapsamaktadır.

**Program Konuları:** Bu faktör esnek bir müfredatla geniş kapsamlı akademik programları sunmanın önemini vurgular. Öğrencinin mesleğiyle ilgili tüm inceliklere ve detaylara sahip bir öğretim almasının önemli olduğu ortaya koyulmaktadır.

**Anlayış:** Bu faktör öğrencilerin sağlık ve danışmanlık gibi belirli ihtiyaçlarını anlamayı içerir. Öğrencilerin kişisel hayatlarının gerektiği şekilde devamını sağlamak amacıyla olması gereken psikolojik ve fiziksel gerekliliklerin yerine getirilmesini konu almaktadır.

Firdaus'a göre HEDPERF ölçeği SERVPERF ölçeğine yapılan eklemeler ile geliştirilmiştir. SERVPERF ölçeğinde bulunan anlayış ve erişilebilirlik boyutlarına ekleme yapılmış ve boyutlar arttırılmıştır.

Hizmet kalitesini ölçmede kullanılan bu modellerde genellikle müşterilerin beklentileri ve algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Bu açıdan bakıldığında SERVQUAL buna en iyi örnektir. Fakat sadece algıyı ölçmeye yönelik olarak da SERVPERF bunun örneğidir. SERVPERF modeli SERVQUAL'in beklentileri ölçümünü eleştirmesine rağmen beş boyutunu (Fiziksel özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güvence, Empati) temel almıştır. Abdullah Firdaus bu modelleri öğretim sektörü dışındaki hizmetlerin kalitesini ölçmek amacıyla geliştirilmiş olmaları nedeniyle yetersiz görmüştür.

Firdaus ilk olarak Malezya Üniversitesi'nde SERVPERF ve HEDPERF ölçeğini kullanarak analizler yapmıştır. Analizler sonucunda HEDPERF ölçeği ile hizmet kalitesi bakımından daha güvenilir sonuçlar elde edilmiş ve bu 5 boyut (Akademik yönler, Akademik olmayan yönler, Erişilebilirlik, Anlayış ve Program konuları) ile HEDPERF ölçeğinin daha üstün bir yöntem olarak kullanılabileceği sonucuna varılmıştır.



## 4.BÖLÜM

### KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ'NDE HEDPERF

### GEÇERLİLİĞİ İLE İLGİLİ BİR UYGULAMA

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerini belirleyen etkenlerden biri de öğretimdir. Değişen koşullar, yaşam şekilleri ve şartlar öğretim ihtiyacını doğurmaktadır. Buna bağlı olarak da sürecin sürekli yenilenebilen ve değişebilen bir yapıya sahip olmasının gerekliliği açıktır.

Öğretim bir insanı geliştiren, çevresine ve kendisine faydalı hale getiren, meslek edindiren, değişen koşullara ayak uydurabilen duruma getiren bir sistemin bütünü olarak anlatılabilmektedir. Yükseköğretim kurumlarının nasıl şekillenmesi gerektiğini de toplumun ihtiyaç ve beklentileri ortaya koymaktadır. Bu ihtiyaç ve beklentilerin gerçekleştirilmesi ve uygulamaya konulması ise yükseköğretim kurumlarının imkânlarının yeterliliği ile ilgilidir.

Toplumun yükseköğretim kurumlarından ihtiyaç ve beklentilerinin başında kurumların sınıflarının, araç ve gereçlerinin ve laboratuvarlarının yeterli olması, akademik personelinin yeterli bilgi ve beceriye sahip olması bulunmaktadır. Son zamanlarda çağdaş öğretimin gelişmesi ile birlikte toplumun beklenti ve ihtiyaçlarının arasında önemli bir konumda yer alan ve sıkça dile getirilmeye başlanan kavram alınan hizmetin kalitesidir. Bu nedenle de yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetin kaliteli olması gerekliliği sonucuna varılmaktadır. Bu öğretim kurumlarının öğretim kalitesini daha da geliştirmesi mümkün olmakla birlikte öncelikli olarak kurumun kalitede hangi seviyede olduğunun görülmüş ve ortaya çıkarılmış olması gerekmektedir. Bu nedenle de ilk basamak kalitenin ölçülmesi ile başlamaktadır.

Bu tez çalışması sözü edilen başlangıç noktasından yola çıkılarak Firdaus'un 2006 yılında geliştirilmiş olduğu HEDPERF ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğinin Türkiye'de test edilmesi ve doğrulanması amaçlanmaktadır. Böylelikle geliştirilen HEDPERF ölçeğinin gelecek

çalışmalarda hizmet kalitesi algısı ölçmede kullanılabilmesi düşünölmektedir.

#### **4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu araştırmanın amacı, HEDPERF ölçeğinin geçerliliğinin Türkiye’de ölçölmösidir. Yapılan bu araştırmada evren ve örneklem Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Faköltesi olarak ele alınmıştır.

#### **4.2. Araştırmanın Önemi**

Günümüzde tartışılan en önemli noktalardan biri ihtiyaç duyulan kalifiye insan gücünün yetiştirilmesinin önemidir. Üniversitelerin amaçları; mesleki öğretim vermek, bilim üretmek ve bilimsel araştırmalar yapmak, değişime ve rekabet koşullarına ayak uydurabilmek için insanların bilgi ve becerisini arttırmaktır. Bu doğrultuda, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin en önemli yeri aldığı sonucuna varılmaktadır.

Hizmet kalitesinin iyileştirilebilmesi öncelikle hizmet bekleyen insanların algılarının ölçölmöşünden geçmektedir. Yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesi ölçümüne yönelik Firdaus tarafından geliştirilen HEDPERF ölçeğinin ölkemizde geçerliliğinin ölçölmöşü amaçlanmıştır. Böylelikle yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçölmöşü ve gelecek çalışmalarda kullanılması mümkün olacaktır.

#### **4.3. Araştırmayla İlgili Sınırlamalar**

Araştırmada bir takım sınırlamalar vardır. Çalışma sadece 2013-2014 öğretim yılında Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Faköltesi’nde öğrenimlerine devam etmekte olan öğrencilere uygulanmıştır.

##### **4.3.1. Ana Kütöle ve Örnekleme Seçimi**

Araştırmanın ana kütle, Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Faköltesi öğrencileridir.

Araştırma kapsamında ana kütle, İktisadi ve İdari Bilimler Faköltesi’ndeki tüm bölümler oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 603 adet anket dağıtımı gerçekteşirilmöştir, bunlardan analizde kullanılması uygun olmayan anketler çıkarılmış ve 472 adet anket analizde kullanılmak üzere dikkate alınmıştır.

#### 4.3.2. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırma verileri Ocak 2014 ile Haziran 2014 tarihleri arasında toplanmıştır. Veriler tesadüfi olarak seçilen derslerde ilgili öğretim elemanı eşliğinde öğrencilerin anketi cevaplandırması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın veri toplama aracı olarak anket tekniği uygulanmıştır. Anket formunun hazırlanma süreci 3 aşamadan oluşmaktadır.

Araştırmada yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik geliştirilmiş ve literatürde kabul görmüş olan HEDPERF (Abdullah Firdaus, 2006:573) ölçeği temel alınmıştır. Bu ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini sınaama süreci şu şekildedir:

- İlk olarak ölçeğin dil geçerliğinin sağlanması için ölçeğin yapı geçerliliğinin araştırılması ve ölçeğin güvenilirliğinin araştırılması işlemleri yapılmıştır. Öncelikle ölçeğin tüm ifadeleri önce Türkçe'ye çevrilmiş daha sonra da bu Türkçe'ye çevrilen ifadeler tekrar İngilizce'ye çevrilerek ifadelerin anlatılmak isteneni doğru olarak ifade edip etmediği ölçeğin orijinal haliyle karşılaştırılarak kontrol edilmiştir. Bazı ifadelerin ülkemiz kültürüne uyumu için gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Cinsiyet, yaş, bölüm, sınıf gibi demografik özellikleri ölçecek ifadeler de eklenerek anket formu oluşturulmuştur.

- İkinci olarak ilgili alanda çalışan öğretim üyelerinin anket formu hakkında fikirleri ve düşünceleri alınmıştır. Öğretim üyelerinin gerekli gördüğü değişiklikler yapılmış ve şablon son halini almıştır.

- Üçüncü aşamada ise 50 adet anket dağıtılarak pilot bir çalışma yapılmış, bu anketler geçerlilik ve güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Bundan sonra anket formu son halini almıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik bilgilere ilişkin öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları, bölümleri, sınıfları, anne – baba eğitim düzeyi, aile gelir durumu ve barınma durumları hakkında bilgi istenmiştir. İkinci bölümde ise öğretim hizmetlerinde kaliteyi ölçmek üzere oluşturulan HEDPERF ölçeğindeki 41 ifade yer almıştır. Öğrencilerden bu ifadelere katılma derecelerini 5'li likert ölçeği ile (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum olacak şekilde) değerlendirmeleri istenmiştir.

#### **4.3.3. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırma HEDPERF ölçeğinin geçerliliğini analiz eden bir araştırmadır. Bu araştırmada geçerlilik arayışı içinde açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmıştır.

#### **4.3.4. Veri Toplama Aracının Uygulanması**

Araştırmanın uygulanacağı üniversite ile iletişime geçilmiş ve gerekli sözlü izinler fakülte üst yönetiminden alınmıştır. Anketler öğretim üyelerinden alınan gün ve saatlerde öğretim üyeleri eşliğinde derslerde uygulanmıştır. Anketin dağıtımı sırasında öğrencilere gereken bilgiler verilmiştir.

Fakülte genelinde toplamda 603 adet anket dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden veri analizine tabi tutulan anket sayısı 472 olmuştur. Buna göre, veri analizine tabi tutulanların oranı ise % 79' dur.

#### **4.3.5. Veri Analizi Yöntemi**

Araştırma verilerin analizinde SPSS 16.0 programından ve doğrulayıcı faktör analizi için AMOS paket programından yararlanılmış olup, tüm analizlerde güven düzeyi % 95 olarak ele alınmıştır. Araştırmada uygulanan analizler şunlardır:

- Demografik bilgilere ait tanımlayıcı istatistikler,
- Ölçek maddelerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri
- Ölçeğin geçerliliğini test etmek için geçerlilik analizi uygulanmıştır.
- Modelin yapısal geçerliliğinin ortaya konması için öncelikle Açıklayıcı Faktör Analizi ve Amos programı ile Doğrulayıcı Faktör Analizi sonrası geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları ortaya konmuştur.

Ölçeğin yapı geçerliğinin sağlanmasında sırasıyla Açıklayıcı Faktör Analizi ve Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Açıklayıcı Faktör analizi ile ölçeğe konu olan Yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesi algısı kavramının boyutları araştırılmış ardından bu elde edilmiş olan boyutlar üzerinden Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi sonrasında elde edilen Uyum İyiliği değerleri ile model ile veri uyumunun



yeterli düzeyde olup olmadığı kontrol edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğinin kontrolü için ise Cronbach Alfa ölçümünden yararlanılmıştır. Bu analizlerin dışında ölçeğin yakınsama geçerliği (Convergent Validity) ve ayırd edici geçerliği (Discriminant Validity) de kontrol edilmiştir.

#### **4.4. Araştırmanın Bulguları**

##### **4.4.1. Demografik İstatistikler**

Bu bölümde anket formunun ilk bölümünü oluşturan demografik özelliklere ait analiz sonuçları işlenmiştir. Buna göre;

- Örneklemdaki öğrencilerin cinsiyetlerine göre sıklık dağılımları incelendiğinde grubun %66,2'si kadın, %33,8'i ise erkek olarak belirlenmiştir.
- Örneklemdaki öğrencilerin yaş durumlarına göre yüzde dağılımları incelendiğinde ise 18 yaş ve aşağısı %2,7, 19 ve 21 yaş arası %67,5, 22 ve 24 yaş arası %28,9, ve 25 yaş ve üstü %0,8 olduğu görülmüştür. Buradan, örneklemdaki genel yaş ortalamasının 19 ve 21 yaş arasında olduğu kanısına varılmaktadır.
- Örneklemdaki öğrencilerin bölümlerine göre yüzde dağılımları incelendiğinde oranlar kamu yönetimi bölümü için %31,3, işletme bölümü için %30,18, çalışma ekonomisi bölümü için %21,8 ve iktisat bölümü için %16,7 şeklinde dağılmıştır. Uluslararası İlişkiler bölümünden ise sadece 1 kişi bulunmaktadır.
- Örneklemdaki öğrencilerin sınıf değişkeninin yüzde dağılımı ise şu şekildedir; 2. Sınıf öğrencileri %32,7, 3. Sınıf öğrencileri %32,3, 4. Sınıf öğrencileri ise %24,9, 1. Sınıf öğrencileri %10,10'dur.
- Örneklemdaki öğrencilerin öğretim durumlarına göre yüzde dağılımı ise şu şekildedir; 1. Öğretimde öğrenim görenler %56 iken, 2. Öğretimde öğrenim görenler ise %44'tür.
- Örneklemdaki öğrencilerin barınma yerlerine göre yüzde dağılımı; evde kalanlar %46,8, yurttan kalanlar %38,4, pansiyonda

kalanlar %12, aile yanında kalanlar %2,1 şeklinde dağılmaktadır.  
3 kişi de bunlar dışında bir yerde barınmaktadır.

- Örneklemdaki öğrencilerin annelerinin eğitim durumuna göre yüzde dağılımı; ilkokul %55,9, ortaokul %24,5, lise %15, önlisans %2,3, lisans ve üzeri %2,3'tür.
- Örneklemdaki öğrencilerin babalarının eğitim durumuna göre yüzde dağılımı; ilkokul %34,4, ortaokul %28,5, lise %26,8, lisans ve üzeri %6,3 önlisans %4'tür .
- Örneklemdaki ailelerinin gelir durumuna göre yüzde dağılımı; 1000 TL'den az %19,8, 2000-2999 TL %19,4, 1000-1499 TL %31,2, 1500-1999 TL %19 ve 3000 TL ve üzeri %10,5'tür.

**Tablo 8. Demografik Özellikler**

| Demografik Özellikler        |                        | N   | %     |
|------------------------------|------------------------|-----|-------|
| <b>Cinsiyet</b>              | Kadın                  | 314 | 66,20 |
|                              | Erkek                  | 160 | 33,80 |
| <b>Yaş</b>                   | 18 ve aşağısı          | 13  | 2,70  |
|                              | 19 ve 21               | 320 | 67,50 |
|                              | 22 ve 24               | 137 | 28,90 |
|                              | 25 ve üstü             | 4   | 0,80  |
| <b>Bölüm</b>                 | İşletme                | 143 | 30,18 |
|                              | Kamu Yönetimi          | 148 | 31,30 |
|                              | İktisat                | 79  | 16,70 |
|                              | Çalışma Ekonomisi      | 103 | 21,80 |
|                              | Uluslararası İlişkiler | 1   | 0,02  |
| <b>Sınıf</b>                 | 1. Sınıf               | 48  | 10,10 |
|                              | 2. Sınıf               | 155 | 32,70 |
|                              | 3. Sınıf               | 153 | 32,30 |
|                              | 4. Sınıf               | 118 | 24,90 |
| <b>Öğretim Türü</b>          | 1. Öğretim             | 265 | 56,00 |
|                              | 2. Öğretim             | 209 | 44,00 |
| <b>Barınma Yeri</b>          | Yurt                   | 182 | 38,40 |
|                              | Ev                     | 222 | 46,80 |
|                              | Pansiyon               | 57  | 12,00 |
|                              | Aile Yanı              | 10  | 2,10  |
|                              | Diğer                  | 3   | 0,60  |
| <b>Annenin Eğitim Durumu</b> | İlkokul                | 265 | 55,90 |
|                              | Ortaokul               | 116 | 24,50 |
|                              | Lise                   | 71  | 15,00 |
|                              | Önlisans               | 11  | 2,30  |
|                              | Lisans ve üzeri        | 11  | 2,30  |
| <b>Babanın Eğitim Durumu</b> | İlkokul                | 163 | 34,40 |
|                              | Ortaokul               | 135 | 28,50 |
|                              | Lise                   | 127 | 26,80 |
|                              | Önlisans               | 19  | 4,00  |
|                              | Lisans ve üzeri        | 30  | 6,30  |
| <b>Ailenin Aylık Geliri</b>  | 1.000 TL den az        | 94  | 19,80 |
|                              | 1000-1499              | 148 | 31,20 |
|                              | 1500-1999              | 90  | 19,00 |
|                              | 2000-2999              | 92  | 19,40 |
|                              | 3000 ve üzeri          | 50  | 10,50 |

**Kaynak:** Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

#### **4.4.2. Geçerlilik Analizi**

Bir ölçeğin geçerliliği, o ölçeğin neyi ölçmek istediği ve işi ne kadar iyi yaptığı ile ilgilidir. Literatürde yapılan çalışmaların incelenmesi ile oluşturulmuştur. Buna göre ölçeğin kapsam geçerliliğinin sağladığı sonucuna varılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliliği kontrolü için ise önce Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmış hemen ardından Doğrulamalı Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir.

#### **4.4.3. Açıklayıcı Faktör Analizi**

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili değişkenleri bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) elde etmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanabilmektedir. Açıklayıcı (keşfedici, exploratory) ve doğrulamalı (confirmatory) olmak üzere iki tür faktör analizi yaklaşımı bulunmaktadır (Büyüköztürk,2018: 34 ).

Keşfedici faktör analizi ve doğrulamalı faktör analizi arasındaki temel farkı şu şekilde ifade etmek mümkündür. Keşfedici faktör analizinde; değişkenlerin, aralarındaki ilişkiler bakımından kaç grup veya diğer bir ifadeyle kaç faktör altında toplanacağı önceden bilinmemektedir. Doğrulamalı faktör analizinde ise, araştırmacı teoriye dayanarak belirli sayıda faktörün oluşmasını beklemekte ve teoriye göre belirlenen sayıda faktör oluşturacak şekilde veriyi analize almaktadır (Kurtuluş, 2010: 99).Faktör analizinin gerçekleştirilmesi için önkoşul verilerin büyüklüğü ve yapısal özelliklerinin analiz için uygun olup olmadığının kontrol edilmesidir.

KMO testi, Cengiz ve Hısım (2012:167) tarafından “değişkenler arasındaki korelasyonları ve faktör analizinin uygunluğunu ölçen örnek uygunluk testi” olarak tanımlanmıştır. Bu test 0 ile 1 aralığında değerler almaktadır. KMO değerinin 1’ e eşit olma durumu herhangi bir değişkenin diğer değişkenler tarafından hatasız şekilde tahmin edilmesi halinde gerçekleşir (Cengiz ve Hısım,2012:167).

Özetle KMO testi değişkenler arasındaki homojenliği ölçmektedir. KMO değerinin 0,80’in üstünde olması verinin analiz için uygun olduğunu gösterirken, 0,50’nin altında bir değer alması durumunda ise analiz yapılamayacağı sonucuna varılmaktadır ( Koşar Taş ve Örk Özel, 2017: 54).

KMO testi değerleri derecelendirme sonuçları Tablo 9’da görülen Őekliyle ifade edilmiştir.

**Tablo 9. KMO ve Bartlett's Testi Derecelendirme Tablosu**

| KMO          | rneklem Yeterliği |
|--------------|--------------------|
| 0,90-1,00    | ok İyi            |
| 0,80-0,89    | İyi                |
| 0,70-0,79    | Orta düzey         |
| 0,60-0,69    | Zayıf              |
| 0,59 -0,51   | Kötü               |
| 0,50 ve altı | Kabul Edilemez     |

**Kaynak:** Backhaus ve te., 2006, 35.

Barlett testi, değişkenler arasında yeterli düzeyde ilişki olup olmadığını göstermektedir. Bu testin sonucunun anlamlı bulunması ( $p<0,05$ ) gerekmektedir (Durmuş, Yurtkoru ve inko, 2011: 78).

AŞağıdaki tabloda KMO ve Barlett testi sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 10. KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları**

| Kaiser-Meyer-Olkin Testi |         | 0,923 |
|--------------------------|---------|-------|
| Bartlett's Testi         | Ki-Kare | 9,627 |
|                          | Df      | 666   |
|                          | Sig.    | 0,000 |

**Kaynak:** Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

KMO değeri 0,923, Barlett’s testi sonucu ise anlamlıdır. KMO değeri 0,50’den yüksek bulunduğundan ve Barlett’s testi sonucu anlamlı çıktığından, faktör analizi yapılmasının uygun olduğuna karar verilmiştir. Sonraki aşamada korelasyon matrisi varimax rotasyonuna tabi tutulmuŐ ve faktör yükleri bulunmuştur.

Açıklayıcı faktör analizinde faktör yükleri 0,50’nin altında olan ifadelerin analizden çıkarılması uygundur (Hair ve te., 2010:122). Bu nedenle bu çalışmada faktör yükü 0,50’nin altında olan ifadeler (6-8-11-12-13-14-23-27-32-33-38-41-45-46) analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrarlanmıŐtir.

Ölçeğin tamamının ve ölçekteki tüm faktörlerin güvenilirliği Cronbach Alpha katsayısı ile incelenmiŐtir. Cronbach Alpha değerinin 0,70 ve üstü

olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Sipahi, Yurtkoru ve Çınko, 2008: 55 ).

Her bir maddeye ilişkin faktör yükleri ve faktörlere ait güvenilirlik düzeyleri (Cronbach Alpha) aşağıdaki gibidir:

**Tablo 11. Açıklayıcı Faktör Analizi Boyutları**

| Boyut                     | Öğeler   | Faktör Yükleri | Güvenilirlik |
|---------------------------|--|----------------|--------------|
| Akademik Personel         | Akademik personel ile iyi iletişim kurulur.  | 0,854          | 0,890        |
|                           | Akademik personel genelde olumlu tavır sergiler.   | 0,844          |              |
|                           | Akademisyenler problem çözmede samimidir.  | 0,800          |              |
|                           | Akademik konularda ilerleme kaydedildiğinde geri bildirimde bulunulur.   | 0,715          |              |
|                           | Akademik kadro iyi eğitilmiş ve deneyimli akademisyenlerden oluşur.  | 0,687          |              |
|                           | Öğrencilerin aldığı akademik hizmette özenlilik ve seviyelilik vardır.   | 0,617          |              |
|                           | Ders içerikleri bilinir.   | 0,599          |              |
|                           | Öğrenciler için yeterli ve uygun düzeyde akademik danışman mevcuttur.  | 0,590          |              |
| Akademik Olmayan Personel | İdari kadrodaki (öğrenci işleri, sekreterlik) personel genel olarak olumlu tavır sergiler.   | 0,798          | 0,908        |
|                           | Akademik eğitim dışı problemlerin çözümünde idari kadrodaki personel samimi tavır sergiler.  | 0,783          |              |
|                           | İdari personel tarafından yardım taleplerine karşılık verilir.   | 0,779          |              |
|                           | İdari kadrodaki personel (öğrenci işleri, sekreterlik) ile genel olarak iyi iletişim kurulur.  | 0,765          |              |
|                           | Öğrencilerin akademik olmayan yardım taleplerine ilgili idari kadrodaki personel (öğrenci işleri, sekreterlik, vb.) tarafından karşılık verilir. | 0,763          |              |
|                           | İdari personel öğrencilerle özenle ve tek tek ilgilenir.   | 0,760          |              |
|                           | Akademik konular dışındaki şikayetler hızlı bir şekilde ele alınmaktadır.  | 0,700          |              |
|                           | İdari personel tarafından öğrencilere verilen sözler tutulur.  | 0,638          |              |
| Fiziksel Olanaklar        | Sosyal tesisler yeterlidir.  | 0,788          | 0,848        |
|                           | Öğrencinin aldığı hizmetten memnun kalması için: içsel kalite programları (işletmenin kendi kalite programları) uygulanmaktadır.                 | 0,777          |              |
|                           | Akademik tesisler yeterlidir. (derslikler, kütüphane, kantin, yemekhane, vb.)  | 0,775          |              |
|                           | Barınma tesisleri ve ekipmanları yeterlidir.   | 0,681          |              |
|                           | Sağlık hizmetleri yeterlidir.  | 0,679          |              |
|                           | Kurumumuzun ideal kampüs konumu/düzenlenmesi sağlanmıştır.   | 0,650          |              |
| Akademik                  | Saygın akademik programlar vardır.   | 0,779          | 0,820        |
|                           | Bölümümüzün esnek müfredat ve ders yapısı vardır.  | 0,767          |              |

|                         |  |       |       |
|-------------------------|--|-------|-------|
| Hizmetlere Erişim       | Yürütülen programlarda/uzmanlıklarda çeşitlilik mevcuttur.                           | 0,657 | 0,842 |
|                         | Akademik konular dışındaki konularda geliştirmeye yönelik geri bildirimde bulunulur. | 0,758 |       |
|                         | Herkesin kolayca erişebileceği öğrenci birliği vardır.                               | 0,709 |       |
|                         | Hizmetlere erişim için sunum prosedürleri yeterlidir.                                | 0,707 |       |
| Fiziksel Olmayan Erişim | Rehberlik hizmetine hakkına herkes kolayca erişir.                                   | 0,622 | 0,777 |
|                         | Adil düzeyde özgürlük tanınır.   | 0,759 |       |
|                         | Bilgi mahremiyetini gözetilir.   | 0,694 |       |
|                         | Eşit muamele ve saygı hakkına herkes kolayca erişir.                                 | 0,617 |       |

**Kaynak:** Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Faktör analizi sonucunda maddelerin 6 boyut altında toplandığı görülmektedir (Tablo 11). Toplam açıklanan varyans % 55,846'dır. Sosyal bilimlerde yapılan analizlerde toplam varyans oranının % 40 ile % 60 arasında değer alması ölçeğin faktör yapısının güçlülüğünü göstermektedir. (Scherer, Wiebe, Luther & Adams, 1988, aktaran: Tavşancıl, 2002: ). Bu çalışmada da ölçeğin toplam varyans oranının (%55,846) yeterli bir değere sahip olduğu görülmektedir.

İlk faktör varyansın %14,877'sini, ikinci faktör %14,327'sini, üçüncü faktör %11,483'ünü, dördüncü faktör %7,504'ünü, beşinci faktör %2,454'ünü, altıncı faktör %5,201'ini açıklamaktadır.

Çalışmada akademik personelin tutum ve davranışları, sunulan hizmetin zamanında ve doğru olması, öğrenciler ile iletişimi, akademik personelin eğitim ve deneyimi, ders içeriklerinin biliniyor olması ve öğrenci için yeterli ve uygun düzeyde akademik danışmanın bulunup bulunmaması ile alakalı ifadelerin yer almasından dolayı ilk boyuta "Akademik Personel" adı verilmiştir. Akademik Personel boyutu, HEDPERF ölçeğinde ise "Akademik Yönlere" ismiyle yer almaktadır. Bu boyutun güvenilirliği Cronbach Alpha katsayısı ile incelenmiş ve Cronbach Alpha değeri 0,890 olarak tespit edilmiştir.

Diğer boyutta idari kadrodaki personelin öğrenci ile olan iletişimini, tavrını, öğrencilerin yardım taleplerine karşılık verilmesini, öğrencilere verilen sözlerin tutulmasını ve akademik konular dışındaki şikayetlerin hızlı bir şekilde ele alınmasını kapsayan ifadeler yer almaktadır. Bu nedenle bu boyut "Akademik Olmayan (idari) Personel" olarak adlandırılmıştır. Bu çalışmada "Akademik Olmayan Personel" olarak adlandırılan boyut

HEDPERF ölçeğinde ise “Akademik Olmayan Yönler” şeklinde adlandırılmıştır. Akademik Olmayan Personel boyutunun güvenilirliği incelendiğinde Cronbach Alpha değeri 0,908 olarak tespit edilmiştir.

HEDPERF ölçeğinde “Anlayış” boyutu olarak adlandırılmış olan boyut, öğrencilerin kişisel ve sosyal hayatlarını sürdürebilecekleri imkan ve olanaklarını içeren ifadelerden oluştuğu için bu çalışmada “Fiziksel Olanaklar” boyutu olarak adlandırılmıştır. Bu boyutta sosyal tesislerin yeterliliği, barınma olanakları, öğrencilere sunulan hizmetten öğrencilerin memnun kalması, sağlık olanakları, ideal bir kampüs düzeni ile alakalı ifadelerin yer alması nedeniyle bu şekilde adlandırılmıştır. Fiziksel olanaklar boyutunun güvenilirliği incelendiğinde Cronbach Alpha değeri 0,848 olarak tespit edilmiştir.

HEDPERF ölçeğinde “Program Konuları” olarak adlandırılmış olan boyut yükseköğretim kurumlarında yürütülen akademik programların saygınlığını, çeşitliliğini ve müfredat yapısını kapsamaktadır. Yapılan bu çalışmada akademik programların saygınlık, çeşitlilik ve müfredat ve ders yapısı ile ilgili ifadelerin yer alması nedeniyle “Akademik Programlar” olarak adlandırılmıştır. Akademik programlar boyutu incelendiğinde Cronbach Alpha değeri 0,820 olarak tespit edilmiştir.

HEDPERF ölçeğinde “Erişilebilirlik” olarak adlandırılmış boyutta iletişim, söz verilen hizmetlerin taahhüt edilen sürede ve zamanında sunulabilmesi, mevcut olması, yaklaşılabirlik ve erişilebilirlik ifadeleri yer almaktadır. Yapılan bu çalışmada “Erişilebilirlik” boyutu iki farklı boyuta ayrılmış ve “Hizmetlere Erişim” ve “Fiziksel Olmayan Erişim” boyutları olarak adlandırılmıştır.

“Hizmetlere Erişim” boyutunda bulunan değişkenler, akademik konular dışındaki konularda geliştirmeye yönelik geri bildirimlerin yapılmasını, herkesin kolayca erişebileceği bir öğrenci birliğinin bulunmasını, hizmetlere erişim için sunum prosedürlerinin yeterliliğini ve rehberlik hizmetine kolay şekilde erişimi kapsamaktadır. Bu boyutun güvenilirliği incelendiğinde Cronbach Alfa katsayısı 0,820 olarak tespit edilmiştir.



Faktör analizi sonucunda, “Hizmetlere Erişim” boyutu altında toplanamayan ve genellikle duygusal bir erişimi ifade eden değişkenlerin oluşturduğu faktör “Fiziksel Olmayan Erişim” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör, herkese eşit muamele ve saygının gösterilmesi, adil düzeyde özgürlük alanının tanınması, bilgi mahremiyetinin gözetilmesi gibi duygusal erişimi ifade eden değişkenlerden oluşmaktadır. Bu boyutun güvenilirliği incelendiğinde Cronbach Alfa katsayısı 0,777 olarak bulunmuştur.

#### **4.4.4. Güvenilirlik Analizi**

HEDPERF ölçeği ile yükseköğretim kurumlarında hizmet kalite algısını ölçmek için Türkçeye uyarlanan anket sorularının güvenilirliği analiz edilmiştir. 0 ile 1 arasında olan Cronbach Alpha değeri analiz sonucunda 0,936 çıkmıştır. İlgisiz değişkenler Açıklayıcı Faktör Analizi ile çıkarıldıktan sonra analizin güvenilirliğini düşüren bir ifadenin olmadığı görülmüştür.

#### **4.4.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), Açıklayıcı Faktör Analizinin (AFA) doğal bir uzantısıdır. DFA, gizil ve gözlenen değişkenler arasındaki ilişkilerin ölçüm modelleriyle ilgilenen YEM'in bir parçasıdır. AFA'nın amacı değişkenler kümesinin altında yatan ve sayısı bilinmeyen faktörden oluşan yapıyı keşfetmeye çalışmaktadır. Burada varsayım, herhangi bir değişkenin herhangi bir faktörle bağlantılı olabileceğidir. Doğrulayıcı faktör analizinin amacı ise bilinen sayıda faktörün oluşturduğu yapının (modelin) anlamlılığını istatistiksel olarak test etmektir. Başka bir ifadeyle DFA örneklem verilerinin önerilen modeli doğrulayıp doğrulatmadığını kontrol etmek için kullanılır (Yılmaz ve öte., 2009: 147).

DFA analiz süreci, AFA'da ortaya konulan değişkenlerin bir grubuyla başlar ve boyutlar altında daha küçük sayılar kullanılarak değişkenlerin arasındaki ilişki araştırılır. AFA'da tüm değişkenler belli bir standarda getirilir: Bu standartlaştırılmış değişkenler AFA'da giriş yapılarak gizli değişkenlerin her ikisi için de bir standartlaşma getirilir. DFA'da ise analiz boyunca standartlaştırma olmasına rağmen, gizli değişkenler standartlaştırılmaz. Bu nedenle standartlaştırılmış veriler yerine ham veriler kullanılmaktadır (Brown, 2006: 475). DFA'da girdi matrisi köşegendeki

göstergeler varyanslarından ve köşegen dışındaki göstergeler kovaryanslarından oluşmaktadır. Tamamen standartlaştırılmış çözümlere ek olarak, DFA'nın sonuçları standartlaştırılmamış çözümleri (parametre tahminleri göstergelerin orijinal ölçeğinde gösterilir) ve muhtemel bir standartlaştırılmamış çözümü (standartlaştırılmış gizli değişkenler ve standartlaştırılmamış göstergelerin içerildiği ilişkiler) içerir. Faktör modeli teorinin temelinde önceden belirlenmiştir, model gözlenen değişkenler arasındaki ilişkilerin gerçek modelini belirleyerek, bu modelin ne kadar iyi olduğunu veriler için karşılaştırır. AFA'da tüm göstergeler, tüm faktörlerde ve karşılıklı yüklerin en küçüklenmiş şiddeti ve ilk yüklerin en büyüklenmiş şiddetine göre elde edilen döndürülmüş sonuçlarda yükleriyle serbestçe ortaya çıkmaktadır. Faktör döndürmesi DFA için uygulanmaz (Bollen, 1989: 514; Brown, 2006: 475).

AFA ve DFA'nın her ikisinde de ortak ve tek varyansla farklılaşılmasına rağmen, AFA'nın içinde tek varyansların belirlemeleri yapılamaz. DFA daha öz sonuçlara ihtiyaç duymaktadır. DFA, AFA'dan farklı olarak, genellikle daha az parametre tahmini ile göstergeler arasındaki gözlenen ilişkileri yeniden oluşturmaya çalışır. Sonuç olarak, AFA'nın tanımlama kısıtlarından dolayı, faktör modelleri ölçülen hataların rassal olduğu varsayımı altında belirlenmektedir. Bunun tersi olarak DFA çözümlerinde ilişkili ölçüm hataları modellenenmektedir (Marsh, 1994: 192; Brown, 2006: 603).

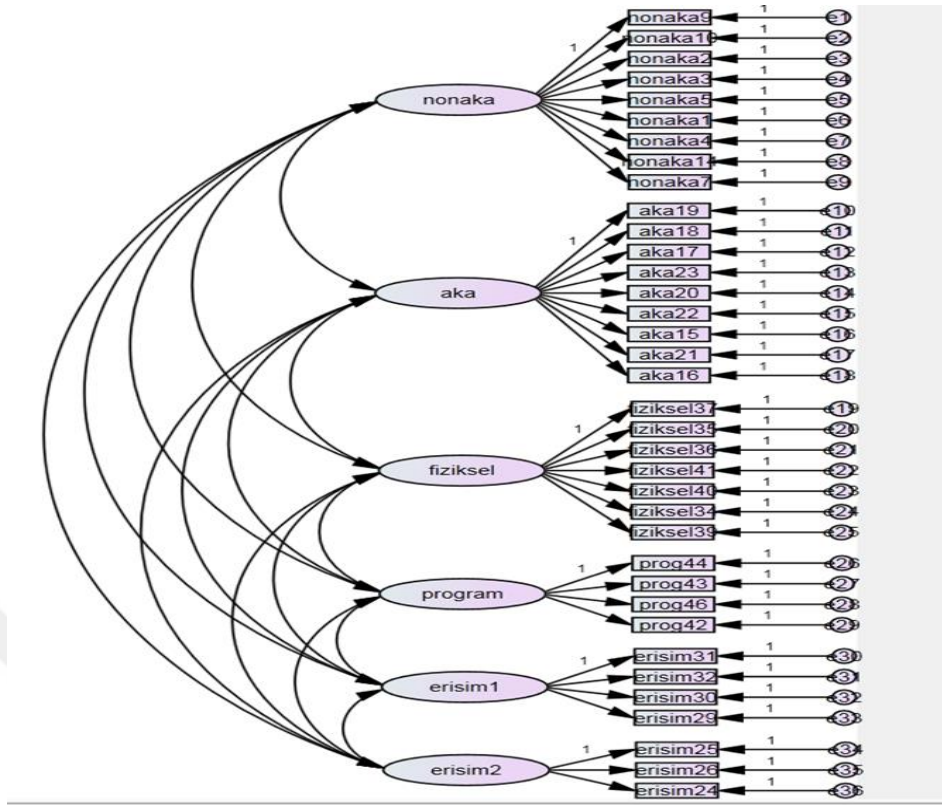
AFA ve DFA'nın her ikisinin de ortak faktör modeline dayanmasına ve sıklıkla aynı tahmin metodu kullanılmasına rağmen DFA'nın özelliği; önceki araştırma kanıtları veya teori yoluyla sürdürülmesidir. DFA, farklı grupların (cinsiyet, ırklar, kültürler gibi demografik gruplar) birbirleriyle karşılaştırılarak değerlendirilmesi için oldukça kuvvetli bir analitik çerçeve sunmaktadır (Byrne ve öte., 1989: 460; Brown, 2006: 605).

Tüm DFA modelleri; faktör yükleri, tek varyanslar ve faktör varyanslarını kapsamaktadır. Faktör yükleri, gizil faktörlerden tahmin edilen göstergeler için regresyon eğimleridir. Tek varyans tipik olarak ölçme hatası olarak varsayılır, bu terimin eş anlamlısı olarak "hata varyansı" ve "gösterge güvenilmezliği" kavramları da kullanılmaktadır. Standartlaştırılmamış bir çözümde, bir faktör varyansı örneklem değişkenliğini veya faktörün

dağılımını ifade etmektedir (Brown, 2006: 475), DFA sıklıkla varyans-kovaryans yapılarının analizi ile sınırlandırılır. Faktör yükleri, hata varyans ve kovaryansları, faktör varyans ve kovaryansları, varyans-kovaryans girdi matrisinin yeniden üretilmesiyle tahmin edilir. Kovaryans yapılarının analizi kesin varsayımlar temelinde yapılır, bu varsayımlar göstergelerin ölçümüne ilişkindir. Ancak, DFA modeli anlamlı yapıların analizini kapsamı için genişletilebilir (Jöreskog ve öte., 1989: 121, Bollen, 1989: 104, Browne, 2006: 13).

DFA' da gizli değişkenler içsel ya da dışsal olabilir. Bir dışsal değişken, analizde bulunan diğer değişkenlerden etkilenmez. Bir içsel değişken ise analizde bulunan bir veya birden fazla değişkenden etkilenir. Bu değişkenlere bir değer vermek gerekirse dışsal değişkenler x'in eş anlamlısı gibi gösterilebilir ve bağımsız değişken olarak açıklanırken benzer biçimde, içsel değişkenler y'ye eşittir ve bağımlı değişken olarak açıklanabilmektedir. (Jöreskog ve öte., 1989: 127; Bollen, 1989: 122; Brown, 2006: 475).

Doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirirken AMOS programından yararlanılmıştır. Yapılan analizde geçerlilik ve güvenilirliğin kurulmasına yardımcı olan doğrulayıcı faktör analizinde yardımcı göstergeler bulunmaktadır. Bunlar; güvenilirlik (CR), Ortalama Açıklanan Varyans (AVE), maksimum paylaşılan varyans (MSV) ve ortalama paylaşılan varyans (ASV)'dir. Geçerli ve güvenilir bir yapının ortaya konulması için doğrulayıcı faktör analizi sonucunda CR'nin 0,7'den, ortalama varyansın yani AVE'nin 0,5'ten büyük olması gerekmektedir. MSV ve ASV değerleri ise AVE değerlerinden küçük olmalıdır. ( Hair J.,Black W., Babin B. & Anderson R., 2010: 136 )



**Şekil 1. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Yapısı**

**Tablo 12. Uyum İyiliği Değerleri**

|              | Ki-Kare/sd | SRMR     | GFI                   | AGFI     | NFI                   | NNFI                  | CFI      | RMSEA    |
|--------------|------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|-----------------------|----------|----------|
| <b>Değer</b> | 1,530      | 0,449    | 0,925                 | 0,904    | 0,922                 | 0,965                 | 0,971    | 0,033    |
| <b>Yorum</b> | İyi Uyum   | İyi Uyum | Kabul Edilebilir Uyum | İyi Uyum | Kabul Edilebilir Uyum | Kabul Edilebilir Uyum | İyi Uyum | İyi Uyum |

**Kaynak:** Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Model-veri uyumuna ilişkin sonuçların elde dileyebilmesi için Doğrulayıcı Faktör Analizinden önce Uyum İyiliği değerleri elde edilmelidir. Tablo 12’de uyum iyiliği değerleri yer almaktadır. İlk sütunda yer alan Ki-kare/serbestlik derecesi bulunmaktadır. Ki-kare/serbestlik derecesinin 5’ten küçük çıkmasının kabul edilebilir uyumun göstergesi olarak ifade edilebilmektedir.(Çapık; 2014). Diğer uyum iyiliği değerleri incelendiğinde betimleyici uyum iyiliği değerleri RMSEA, SRMR; model karşılaştırmasını ele alan NFI, NNFI, CFI, GFI ve AGFI yapılan araştırmada modelin uygun model olup olmadığı istatistiksel olarak ortaya konulmaktadır ( Bektaş ve Akman;2013: 127).

Uyum İyiliği İndeksi (GFI), Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI), Normlaştırılmamış Uyum İndeksi (NNFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) değerlerinin 0,90 ve üstü olması beklenmektedir. 0,90 ve üstü değerler uyum iyiliği değerleri için kabul edilebilir ve iyi uyum olarak açıklanmaktadır. Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Kökü (SRMR) VE Yaklaşım Hatasının Kareli Ortalamasının Karekökü (RMSEA) değerlerinin ise 0,50 ve altı olması beklenmektedir. Bu hata değerlerinin sıfıra yakınlığı kabul edilebilir uyum ya da iyi uyum şeklinde açıklanabilmektedir. (Schumacker ve Lomax; 2004: 81)

Yapılan bu çalışmada Tablo 12’de elde edilen uyum iyiliği değerlerine bakıldığında uyum iyiliği indeks değerlerinin ve hata değerlerinin beklenildiği gibi bulunduğu görülmektedir. Uyum iyiliği indeks değerlerinin 0,90 üzerinde olması ve uyum iyiliği hata değerlerinin ise 0,50 altında olması çalışmada incelenmek istenen HEDPERF ölçeğinin geçerli bir ölçek olduğunun sınanabilmesi için verilerin uyumlu olduğu sonucuna varılmaktadır.

**Tablo 13. Doğrulayıcı Faktör Analizi Boyutları**

|                                | CR    | AVE   | MSV   | ASV   | Akademik Program | Akademik Olmayan | Akademik personel | Fiziksel Olanaklar | Hizmetlere Erişim | Fiziksel Olmayan Erişim |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|------------------|------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------------|
| <b>Akademik Program</b>        | 0,845 | 0,578 | 0,314 | 0,266 | 0,760            |                  |                   |                    |                   |                         |
| <b>Akademik Olmayan</b>        | 0,913 | 0,540 | 0,266 | 0,181 | 0,418            | 0,735            |                   |                    |                   |                         |
| <b>Akademik Personel</b>       | 0,907 | 0,524 | 0,361 | 0,205 | 0,505            | 0,318            | 0,724             |                    |                   |                         |
| <b>Fiziksel Olanak</b>         | 0,875 | 0,502 | 0,314 | 0,190 | 0,560            | 0,371            | 0,284             | 0,708              |                   |                         |
| <b>Hizmetlere Erişim</b>       | 0,846 | 0,579 | 0,442 | 0,299 | 0,551            | 0,516            | 0,475             | 0,507              | 0,761             |                         |
| <b>Fiziksel Olmayan Erişim</b> | 0,779 | 0,542 | 0,442 | 0,295 | 0,533            | 0,477            | 0,601             | 0,399              | 0,665             | 0,736                   |

**Kaynak:** Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tüm boyutlar için AVE değerleri 0,5 üzerinde kaldığından dolayı ölçeğin yakınsama geçerliği (Convergent Validity) sağlanmıştır. Ayırt edici geçerliğin (Discriminant Validity) sağlanması için ise şu üç şartın varlığı kontrol edilmiştir.( Hair J.,Black W., Babin B. & Anderson R., 2010:147 )

- $MSV < AVE$  olmalı
- $ASV < AVE$  olmalı
- AVE değerinin karekökü yapılar arası korelasyon değerlerinden büyük olmalı

Kontrol sonrası bu üç koşulunda sağlandığı görülmüş, dolayısıyla ölçeğe ait ayırt edici geçerlik de sağlanmıştır.

Bu çalışmada güvenilirlik oranlarının 0,7'den büyük olduğu görülmektedir. Doğrulayıcı Faktör Analizinde geçerliliğini ispatlayan ortalama varyans oranı yani AVE oranı önem taşımaktadır. Tüm boyutlar için AVE oranları 0,5 üzerinde kalmaktadır. Bu da bu ölçeğin hizmet kalitesini ölçmede geçerli bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır.

## SONUÇ

Araştırmanın amacı Yükseköğretimde HEDPERF ölçeğinin literatür geçerliliğinin test edilmesidir.

Araştırmada Geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinden sonra Açıklayıcı Faktör Analizi ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile HEDPERF ölçeğinin literatür geçerliliği test edilmiş ve doğrulanmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi ile 6 boyut elde edilmiştir. Bu boyutlar; akademik personel, akademik olmayan personel, fiziksel olanaklar, akademik programlar, hizmetlere erişim ve fiziksel olmayan erişim boyutlarıdır.

Uyum iyiliği değerlerine göre elde edilen verilerin beklenen veriler ile uyumlu olduğu görülmüştür. Uyum iyiliği testi için değerlerin 0,90 üzerinde olması analiz için verilerin iyi uyumlu ve kabul edilir uyumlu olduğunu göstermektedir.

Doğrulayıcı faktör analizi uygulaması sonucunda bu ölçeğin eğitim ve öğretimde geçerli olduğu tespit edilmiştir. Güvenilirlik değerlerinin 0,70 üzerinde olması her bir boyut için modelin geçerli olduğunu göstermektedir. Ancak modelin geçerliliğinin açıklanabilmesi için yakınsama ve ayırt edici geçerliliğinin de sağlanması gerekmektedir. Çalışmada yapılan analiz ile açıklanan varyans değerlerinin (AVE) 0,50 üzerinde olduğu görülmüş ve tüm boyutlar için yakınsama geçerliliği sağlanmıştır. Ayırt edici geçerliliğin sağlanması için gerekli olan üç şart daha önce de açıklandığı gibi maksimum paylaşılan varyans (MSV) değerinin AVE değerinden küçük olması, ortalama paylaşılan varyansın (ASV) AVE değerinden küçük olması, AVE değerlerinin karekökünün yapılar arası değerlerinden büyük olması ile gerçekleşmektedir. Çalışmada Tablo 13'de görüldüğü gibi istenilen şartlar analiz ile sağlanmıştır. Böylece çalışma için gerekli olan geçerlilik ve güvenilirlikler doğrulanmıştır.

Sonuç olarak; çalışmanın temelini oluşturan HEDPERF ölçeğinin ölçek geçerliliğine yönelik analizlerde alınan sonuçlar ile bu ölçeğin

gelecekte yapılacak olan hizmet kalitesi algısı çalışmalarında kullanılabilir bir ölçek olduğu doğrulanmıştır.





## KAYNAKÇA

- Ağralıoğlu, N., (2012), “Türkiye’de Üniversitelerin Kalitesini Belirlemek İçin Bir Yaklaşım”, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, ss. 147-165.
- Akbayrak, E., (2005), “Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi’nde Hizmet Kalitesi Ölçümü”, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Aktan, C. (2001), “Yüksek Öğretimde Toplam Kalite Yönetimi’nin Uygulanması” , [http://www.canaktan.org/egitim/universite-reform/toplam-kalite.htm#\\_edn2](http://www.canaktan.org/egitim/universite-reform/toplam-kalite.htm#_edn2), Erişim Tarihi: 13.02.2013.
- Aldemir, C., & Gulcan, Y. (2004), Students Satisfaction in Higher Education: A Turkish.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. Und Weiber, R. (1996), Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 8. verb. Aufl., Springer-Verlag Berlin, Heidelberg, New York.
- Başkan, G., (2002), “The Development Of Higher Education In Turkey”, *Manas Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, ss.11-19.
- Bayrak, B., (2007), “Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Bektaş, H., Ulutürk Akman, S. (2013), “Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi”, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonomi ve İstatistik Dergisi*, Sayı.18, ss. 116-133
- Boaden. R.j., Dale B.G., (1992), “Team work in Services: Quality Circles by Another Name”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol.17 No.3, pp. 126-136
- Bollen, K.A. (1989), Structural Equations with Latent Variables, John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Bollen, K.A., (1989), “Structural Equations with Latent Variables”, Wiley, New York, ss. 514.

- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., and Zeithaml, V. A. (1993) “A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions”, *Journal of Marketing Research*, 30, No. 2, ss. 7–27.
- Bozkurt, R. (1995), “Hizmet Endüstrilerinde Kalite”, *Verimlilik Dergisi*, ss. 175
- Brown T.A., (2006), *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*, The Guilford Press, New York, ss. 415.
- Brown, N.H. (2006) “An interaction between integrin and the talin FERM domain mediates integrin activation but not linkage to the cytoskeleton”, *Nat. Cell Biol.* Cilt:8, Sayı:6, ss.601--606.
- Browne, B., Kaldenberg, D., Browne, W. and Brown, D. (1998), “Student as Customers: Factors Affecting Satisfaction And Assessments of Institutional Quality”, *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 8 No. 3, ss. 1-14.
- Büyüköztürk, Ş. (2018); *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Pegem Akademi, Ankara.
- Byrne, B.M., Shalverson R.J. and Muthen B., (1989), “Testing for the Equivalence of Factor Covariance And Mean Structures: The Issue of Partial Measurement Invariance”, *Psychological Bulletin*, Sayı:105, ss.456-466.
- Cengiz, D., Hısm, E. (2012); “Faktör Analizi ile Ağırlıklandırarak Yetkinlik Envanterinin Değerlendirmesi ve Performans Değerlendirmeye Etkisi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:11, Sayı:21, ss. 165-178.
- Colling .C, Harvey. L., (1995), “Quality Control Assurance And Assessment in The Link to Continuous Improvement”, *Quality Assurance in Education*, Vol.3 No. 4, ss. 30-34
- Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1992), “Measuring service quality: A re-examination and extension”, *Journal of Marketing*, Vol. 56, No.3, ss. 55-68.
- Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1994), “SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations

- measurement of service quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 58, ss. 125–31.
- Çapık, C. (2014); “ Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışmalarında Doğrulamalı Faktör Analizinin Kullanımı”, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, Cilt.17, Sayı:3,ss.196-205.
- Çavdar, E. (2009), “Yüksek Öğretimde Hizmet Kalitesi Unsurları ve Bir Uygulama”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, s.105
- Çiçek, R., Doğan, İ.C. (2009), “Müşteri Memnuniyetinin Arttırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF. Dergisi*.
- Devebakan, N.; Aksaraylı, M. (2003); “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastahanesi Uygulaması”; *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*; Cilt:5; Sayı:1, ss. 34-58.
- Dilşeker, F., (2011), “Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi, Öğrenci Memnuniyeti, İmaj, Sadakat ve Tavsiye Etme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Uşak.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S., Çinko, M. (2011); *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Edvardsson, B. (2005), “Service Quality: Beyond Cognitive Assessment”, *Managing Service Quality*, V:15, No: 2, ss. 127-131.
- Eleren A., Bektaş Ç. , Görmüş A.Ş. (2007), “Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi Ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama”, *Finans Politik, Ekonomik Yorumlar*, ss. 75-88.
- Ersoy, A.F. ve Acartürk, C. (2006), “Uluslararası Çevrimiçi Yükseköğretim ve Türkiye’nin Durumu: Üniversite Bilgi İşlemlerine Öneriler”, *Akademik Bilişim Pamukkale Üniversitesi*, Denizli.
- Eti İçli, G. Anıl, N.K. (2013), “MBA Student’s Satisfaction And Loyalty: State vs. Private Universities in Turkey”, *Trziste Journal*, Cilt:25, Sayı:2, ss. 177-198.

- Firat, A. ve Dirlik, S. (2007). Müşteri ve Kalite: Hizmet Kalitesi Gümüőöglü, Şevkinaz ve Diğ (Editörler), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Firdaus, A., (2006), “The Development of HEDPERF: A New Measuring Instrument of Service Quality for the Higher Education Sector”, *International Journal of Consumer Studies*, Cilt:6,Sayı:30, ss. 569–581
- Gajic , j. (2012); “Importance of Marketing Mix in Higher Education Institutions”, *Singidunum journal*, Cilt:1, Sayı:9:, ss. 29-41
- Gaőparık, J. (2007). Quality Management Development And Implementation In Construction Company, 5th Research/Expert Conference with International Participations ”QUALITY 2007”, Neum, B&H.
- Grönroos, C. (2000). Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach, 2nd Edition, John Wiley & Sons.
- Gümüőöglü Ş., Erdem S., Kavrukkoca G. , Özdağöglü A.:(2003); “Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Modeli ile Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama”, 3. Ulusal Üretim Araçları Sempozyumu, 19-20 Nisan, İstanbul, ss. 362-371.
- Gürbüz, E.; Ergülen, A.; (2006) “ Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma”; *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*; Sayı:35; ss: 173-190.
- Gürbüz,E. ve Ergülen, A. (2008), Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçü ve Modelleri, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2010), Multivariate Data Analysis A Global Perspective. 7th Edition, Global Edition, Pearson.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Hukuk ve Mevzuat Genel Müdürlüğü (2012), <http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.aspx?MevzuatKod=1.5.2547&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=>, (Erişim: 10.01.2013).
- Türkiye Büyük Millet Meclisi (1961), *1961 Anayasası* <http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm>, (Erişim:10.01.2013).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2012), ( 2012), [http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=104](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=104), (Erişim:10.01.2013).
- Yüksek Öğretim Kurumu (2013), <http://www.yok.gov.tr/content/view/1002/>, Erişim Tarihi: 09.01.2013.

- Yüksek Öğretim Kurumu (2012), <http://www.yok.gov.tr/content/view/435/>,  
Erişim Tarihi: 09.01.2013.
- İbik Aktan, Ö. (2006). “Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin Önemi Ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). Kocaeli.
- İçer, A., (2001), “Müşteri Memnuniyeti”, Pazarlama Dünyası, Sayı:2, ss.1-12.
- Jöreskog KG and Sörbom D (1989). LISREL 7: A Guide to the Program and Application. SPSS Inc.: Chicago, IL.
- Jöreskog, K. G.,& Sörbom, D. (1989). LISREL 7: A guide to the program and applications.Chicago: SPSS
- Karatepe, Osman M. (1997). "Bir Hizmet Kalitesi Yardımıyla Hizmet Kalitesi Oluşumuna Yönelik Kavramsal Bir İnceleme", Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 15, Sayı 2, ss. 34-56.
- Koşar Taş, Ç., Örk Özel, S. (2017); “Faktör Analizi Yöntemi ile Türkiye ve Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerin Sosyo- Ekonomik Göstergeler Bakımından Gelişmişlik Düzeylerinin Karşılaştırılması”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:26, Sayı:3. ss. 60-77.
- Kotler, P. (2003). Marketing Management, Eleventh Edition, New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Kurtuluş, K. (2010); Araştırma Yöntemleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Largosen S, Seyed Hashemi. R and Leitner. M (2004), “Examination of dimensions of Quality in Higher Education”, Quality Assurance in Education, vol.12, No.2, ss.61-69.
- Lee-Kelley, L., Davies, S., & Kangis, P. (2002), “Service quality for customer retention in the UK steel industry: Old dogs and new tricks?”, European Business Review, Sayı:14, ss. 276-276.
- Lee-Kelley, L., Davies, S., and Kangis, P. (2002). “Service Quality for Customer Retention in The UK Steel Industry: Old Dogs and New Tricks?” European Business Review, Vol. 14, No. 4, pp. 276–286.

- Lovelock, C., Gummesson, E, (2004), “Whither Services Marketing?: In Search Of A New Paradigma And Fresh Perspectives”, Journal Of Service Research, V:7, No:1, ss. 20-41.
- Marsh, H.W. and Balla, J.R. (1994), “Goodness-of-fit Indices in Confirmatory Factor Analysis: The Effect of Sample Size And Model Complexity”, Quality and Quantity, Sayı:28, ss. 185-217.
- Öçer, A., (2001), “Müşteri Memnuniyeti”, Pazarlama Dünyası Sayı:2, ss.1-20.
- Oliver, R. L. (1993). “A Conceptual Model of Service Qualityand Service Satisfaction: CompatibleGoals, DifferentConcepts,” Advances in Services Marketing and Management, Sayı: 2, ss. 65–85.
- Özçalık, F., (2007), Yükseköğretimde Eğitim Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Özer, P., Özdemir, P. (2007), Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri, , Detay Yayınevi, Ankara,
- Öztürk, A., (2010), Hizmet Pazarlaması, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Palmer, A. (1997). Defining Relationship Marketing: An International Perspective, Management Decision.
- Parasuraman, A., V. Zeithaml, and L.L. Berry (1988), “SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality,” Journal of Retailing, Cilt: Sayı:64, ss.12-37.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V., Bery, L. (1985), “A Coceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research”, Journal Of Marketing, V.49, ss. 41-50.
- Pınar, İ., (2007), Kalite Kavramı ve Önemi, Detay Yayınevi, Ankara, ss.38-56.
- Rahman, N., Voon, B., Firdaus, Ab. (2015), “Identifying the Dimessions for Culture of Excellence in Higher Education”, International Research Symposium in Service Management, Cilt: 6, ss. 11-15.
- Reinartz, W., Kumar, V. (1995), The Mismanagement of Customer Loyalty, Harward Business Review, No:1407.

- Retap, T., Firdaus, A., Hamali, J., (2018), "Banks' Lending Realitionship Quality Index (LRQI) fort he Small and Medium-Sized Enterprises: A Review", International Journal of Innovation and Economic Development,Cilt:3, Sayı:4,ss. 32-40.
- Rojas-Mendez. J.I.,Vasquez-Parraga, A.Z., Cerda-Urrutia, A.; (2009), "Determinants of StudentLoyalty in HigherEducation: A TestedRelationshipApproach in Latin America", Latin American Business Review, Sayı:10, ss. 21–39.
- Rukancı, F., Anameriç, H., (2004), "Ortaçağda İlk Üniversiteler: Stadium Generale", Felsefe Dünyası, Cilt:1, Sayı:39, Ankara.
- Sahney, S.,Banwet, D.K., Karunes, S. (2004). "Conceptualizing total qualitymanagement in highereducation", The TQM Magazine, Vol. 16 No. 2, ss. 145-159.
- Schumarck, R.E.; Lomax, R.G. (2004); "A Beginner's Guide to Structural Equation Modelling", Lawrance Erlbaum Associates, ss. 81-82.
- Shahin, A. (2008), "SERVQUAL and Model of Service QualityGaps: A FramewoekforDeterminingand Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services, <http://www.scribd.com/doc/8486222/Servqual-a-Shahin>, (Erişim: 13.05.2015)
- Shahin, A., (2005), "Servqual and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services", ısfahan University,ss. 1-10.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E.S., Çinko, M.(2008); Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi, Beta Yayınları, İstanbul.
- Solomon, M., Surprenat, C., Czepiel, J., Gutman, E., (1985), " A Role Theory Perspective On Dyadic Interactions: The Service Encounter", Journal Of Marketing, Vol:49, ss. 99-111.
- Spreng, R. A.,andMacKoy, R. D. (1996). "An EmpiricalExamination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction," Journal of Retailing, Vol. 72, No. 2, ss. 201–214.
- Sudha, T. (2013); "Total Quality Management in Hıgher Education Institutions", International Journal of Social Science & Inter disciplinary Research, Cilt.2, Sayı:6, ss. 121-132

- T.C. Yükseköğretim Kurulu, (2007). Türkiye'nin Yükseköğretim Stratejisi, Ankara.
- Tavşancıl, E. (2002); Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Tekin, V.N., (2006), Pazarlama İlkeleri Politikalar- Stratejiler-Taktikler, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü, (2012), [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50eda27c419142.83021410](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50eda27c419142.83021410), (Erişim: 09.01.2013).
- Uysal, D., & Ersun-Aydemir E. (2016), "Türkiye'de Yükseköğretim Kavramı ve Yükseköğretimin İstihdam ve Ekonomiye Etkisinin Analizi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (35), 275-284.
- Valarie A. Zeithaml-Mary Jo Bitner, (1996). Services Marketing, McGraw-Hill, USA, s. 19.
- Vargo, S. Ve Lusch, R., (2004), "The Four Service Marketing Myths Remnants of a Goods-Based, Manufacturing Model", Journal Of Service Research, V:6, No:4, ss. 324-335.
- Veiga, C. P. (2016), "Quality Evaluation in Post-graduate Diploma Courses From the Students' Perspective: An Exploratory Stud in Brazil", The International Journal of Management Education, Cilt:14, Sayı:3, ss. 454-465.
- Winsted K.F., (2000) "Service behaviors that lead to satisfied customers", European Journal of Marketing, Vol. 34 Sayı:4, ss. 399 – 417
- Yılmaz, V., Çelik, E. H., (2009). Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi. Pegem Akademi, Ankara.
- Yılmaz, V., Filiz , Z., Yaprak, B. (2007), "Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçümü", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:1, ss. 299-316.
- Önder, A. (2007), Yükseköğretimde Toplam Kalite Yönetimi Yaklaşımları ve ABD Örnekleri, <http://www.genbilim.com/content/view/572/39/>, (Erişim.13.02.2013).
- Zeithaml V.A., Bitner M.J.; (1996); Services Marketing, McGraw-Hill, New York,19.



Zeithaml, V.A. (2000). "Service Quality, Profitability, And The Economic Worth of Customers: What We Know And What We Need to Learn", Journal of the Academy of Marketing Science, 28(1), 67–85.

Zengin, E.; Erdal, A. (2000); "Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi"; Journal of Qafqaz University; Cilt:3, Sayı:1; ss. 43-56.





## EKLER

### EK 1: Anket Formu

#### Değerli Üniversite Öğrencisi;

Bu anket yükseköğrenim gören öğrencilerin bulunduğu üniversiteden almış oldukları hizmetin kalitesini belirlemeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Anketi yanıtlayarak araştırmaya sağlayacağınız değerli katkılar için teşekkür ederim.

#### BÖLÜM 1: Demografik Bilgiler

1. Cinsiyetiniz?

Kadın  Erkek

2. Yaşınız?

18 ve Aşağısı  19 ve 21  22 ve 23  24

ve üstü

3. Bölümünüz?

İşletme  Kamu Yönetimi  İktisat  Çalışma Ekonomisi

Uluslararası İlişkiler

4. Sınıfınız?

1. Sınıf  2. Sınıf  3. Sınıf  4. Sınıf

5. Öğretiminiz?

1. Öğretim  2. Öğretim

6. Barınma Yeriniz?

Yurt  Ev  Pansiyon  Aile yanı  Diğer

7. Ailenizin eğitim durumu nedir? (Mezun olunan en son okulu esas alınız)

|                | İlkokul | Ortaokul | Lise | Ön lisans | Lisans | Yüksek Lisans | Doktora |
|----------------|---------|----------|------|-----------|--------|---------------|---------|
| <b>a. Anne</b> |         |          |      |           |        |               |         |
| <b>b. Baba</b> |         |          |      |           |        |               |         |

8. Ailenizin aylık geliri nedir?

( ) 1000 liradan az ( ) 1000-1499 ( ) 1500-1999 ( ) 2000-2999 ( ) 3000 ve üzeri

## BÖLÜM 2: Anket Formu

| Aşağıda yer alan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı fakültenizde ve üniversite genelinde size sunulan hizmetleri göz önünde bulundurarak 1'den 5'e ölçek üzerinde işaretleyiniz. | <b>Kesinlikle Katılmıyorum</b><br>(1) | <b>Katılmıyorum</b><br>(2) | <b>Kısmen Katılıyorum</b><br>(3) | <b>Katılıyorum</b><br>(4) | <b>Kesinlikle Katılıyorum</b><br>(5) |
|---|---------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| <b>1-14 Arası AKADEMİK OLMAYAN PERSONEL ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.</b>  |                                       |                            |                                  |                           |                                      |
| 1. Öğrencilerin akademik olmayan yardım taleplerine ilgili idari personel (öğrenci işleri, sekreterlik v.b.) tarafından karşılık verilir.                                       | 1                                     | 2                          | 3                                | 4                         | 5                                    |

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 2.Akademik eğitim dışı problemlerin çözümünde idari kadrodaki personel samimi tavır sergiler. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3.İdari personel öğrencilerle özenle ve tek tek ilgilenir.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4.Akademik konular dışındaki şikayetler hızlı bir şekilde ele alınmaktadır.                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5.İdari personel tarafından yardım taleplerine karşılık verilir.                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6.Hatasız ve kurtarılabılır kayıt tutulur.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7.İdari personel tarafından öğrencilere verilen sözler tutulur.                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 8.Ders başlangıç saatleri uygundur.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9.İdari kadrodaki (öğrenci işleri, sekreterlik) personel genel olarak olumlu tavrı sergiler.     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10.İdari kadrodaki personel (öğrenci işleri, sekreterlik) ile genel olarak iyi iletişim kurulur. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11.Kuruma ait sistemler/prosedürler herkesçe bilinir.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12.Güven emniyet hissi verilir.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13.Makul süre içinde hizmet sunulur.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 14.Genel olarak Akademik olmayan personelden memnunum.                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>15-23 Arası AKADEMİK PERSONEL ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.</b> |   |   |   |   |   |
| 15.Öğrencilerin aldığı akademik hizmette özenlilik ve sevililik vardır.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16.Ders içerikleri bilinir.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17.Akademisyenlerin problem çözmede samimidir.                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18.Akademik personel genelde olumlu tavır sergiler.                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19.Akademik personel ile iyi iletişim kurulur.                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 20.Akademik konularda ilerleme kaydedildiğinde geri bildirimde bulunulur.                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21.Öğrenciler için yeterli ve uygun düzeyde akademik danışman mevcuttur.                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22.Akademik kadro iyi eğitilmiş ve deneyimli akademisyenlerden oluşur.                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. Genel olarak Akademik personelden memnunum.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>24-32 Arası Çeşitli Destek Hizmetlere ERİŞİM ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.</b> |   |   |   |   |   |
| 24.Eşit muamele ve saygı hakkına herkes kolayca erişir.                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |



|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 25.Adil düzeyde özgürlük tanınır.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26.Bilgi mahremiyetini gözetilir.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27.Telefonla kolay ulaşılabilir.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28.Rehberlik hizmetine hakkına herkes kolayca erişir.                                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29.Herkesin kolayca erişebileceği öğrenci birliği vardır.                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30.Akademik konular dışındaki konularda geliştirmeye yönelik geri bildirimde bulunulur. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31.Hizmetlere erişim için sunum prosedürleri yeterlidir.                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 32.Genel olarak çeşitli destek hizmetlere erişimden memnunum.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>33-41 Arası FİZİKSEL OLANAKLAR ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.</b>   |   |   |   |   |   |
| 33.Genel olarak kurumda profesyonel görünüm/imaj sağlanmıştır.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34.Barınma tesisleri ve ekipmanları yeterlidir.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35.Akademik tesisler yeterlidir.(derslikler, kütüphane, kantin, yemekhane)   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36.Öğrencinin aldığı hizmetten memnun kalması için; içsel kalite programları(işletmenin kendi kalite programları) uygulanmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 37.Sosyal tesisler yeterlidir.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 38.Genel olarak kurumdaki sınıfların büyüklüğü yeterlidir.                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 39.Kurumumuzun ideal kampüs konumu/düzenlenmesi sağlanmıştır.               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40.Sağlık hizmetleri yeterlidir.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 41. Genel olarak fiziksel olanaklardan memnunum.                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>42-46 Arası AKADEMİK PROGRAMLAR ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.</b> |   |   |   |   |   |
| 42.Yürütülen programlarda/uzmanlıklarda çeşitlilik mevcuttur.               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 43.Bölümümüzün esnek müfredat ve ders yapısı vardır.                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44.Saygın akademik programlar vardır.                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 45. Verilen akademik eğitimin sonrasında mezunların kolay iş bulması sağlanmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46. Genel olarak akademik programlardan memnunum.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

