

## EĞİTİM HİZMETLERİNİN PAZARLANMASINDA HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ İLE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yrd. Doç. Dr. Abdullah OKUMUŞ\* Adnan DUYGUN\*\*

### ÖZ

*Günümüzde, üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biri kaliteli eğitimidir. Kaliteli bir eğitim için ise, eğitim hizmetlerini alan öğrencilerin beklentilerini ve algulamalarını çok iyi anlamak gerekmektedir. Bu sayede, beklentiler karşılanabilecek ve alınan eğitim hizmetlerine ilişkin algılanan kalite artabilecektir. Literatürde, beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark algılanan hizmet kalitesi olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmada temel amaç, eğitim hizmetini alan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesini belirlemek ve algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ile olan ilişkisini tespit etmektir. Bu çalışma sonucunda, beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasında fark olduğu ve algılanan hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Eğitim hizmetlerinin pazarlanması, hizmet kalitesi, SERVQUAL, memnuniyet

## SERVICE QUALITY MEASUREMENT ON EDUCATION SERVICES MARKETING AND RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED SERVICE QUALITY AND STUDENT SATISFACTION

### ABSTRACT

*Nowadays, quality education is one of the main subjects that have to be dwelled on. For quality education, students' expectations and perceptions that take education should be understood. Thus, expectations can be responded and perceived quality related to education services that were taken, could increases. In literature, perceived service quality is defined as the difference between expected service and perceived service. The main purpose in this study is to determine perceived education service quality by students who take education and also the relationship between perceived education service quality and satisfaction. At the end of this study, it is found that there was a difference between expected service and perceived service and a positive relation between perceived service quality and customer satisfaction.*

**Keywords:** Education services marketing, service quality, SERVQUAL, satisfaction

\* İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, e-mail:okumus@istanbul.edu.tr.

\*\* İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme Ana Bilim Dalı Doktora Öğrencisi

## 1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, ekonominin gelişmesine ve sanayileşmesine paralel olarak hizmetlerin önemi ve payı hızla artmaktadır. Bunun başlıca nedenleri, hizmet sektörünün refah ve gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olması ve gelişen teknolojik gelişmelere paralel olarak yaşanan değişimlerin çok değişik hizmet türlerini ortaya çıkarmasıdır. Küreselleşmenin etkileri ve gelişmenin yol açtığı değişiklikler nedeniyle hizmet sektörü ülkemizde de önemi artan bir sektör haline gelmektedir. Sağlık, finansman, eğitim, hukuk gibi alanlarda meydana gelen değişimler, bu alanlardaki hizmet türlerinin ve hizmet işletmelerinin artmasına yol açmaktadır. Özellikle 1990'lı yıllar ülkemizde hizmet sektörünün önemli bir büyüme gösterdiği yıllardır (Öztürk, 2005, s.18).

Hizmet sektörlerindeki büyümeye paralel olarak eğitim sektörü de büyüme göstermiştir. Her sektörde olduğu gibi eğitim hizmetleri sektöründe de en önemli konulardan biri, eğitim hizmetlerinin pazarlanması konusudur. Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında ise dikkat edilmesi gereken unsurlardan biri algılanan hizmet kalitesini belirleyebilmektir.

Eğitimde kalitenin oluşturulması oldukça karmaşık bir konudur. Bu karmaşa hem eğitimin hem de hizmet sektörünün özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Günümüz toplumlarında her düzeydeki eğitim kurumları hizmet kalitesini yükseltmek için toplam kalite yönetimini bir sistem olarak kullanmaya ve o ilkelere yola çıkarak daha etkin ve daha başarılı sistemler kurmaya çalışmalıdır (Arıkboğa, 2003, s.82). Dolayısıyla, eğitim yöneticileri kaliteli bir eğitim yönetimi için, eğitim ortamının bütün yönleriyle birlikte ele alınmasına yönelik toplam kalite yönetimi anlayışının gerektiğini fark etmelidirler (Wright ve O'Neill, 2002, s.37). Eğitim hizmetlerinin kalitesine yönelik hazırlanan bu çalışmanın amacı; eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında müşteri konumundaki öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ve algılamalarını tespit ederek, algılanan hizmet kalitesini belirlemek ve algılanan hizmet kalitesinin memnuniyet ile olan ilişkisini tespit edebilmektir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan araştırma bulgularının eğitim kurumları yöneticilerine pazarlama stratejilerini geliştirirken yardımcı olacağı ve eğitim hizmetlerine uyarlanan ölçeğin araştırmacılar tarafından kullanılabilceği düşünülmektedir.

## 2. KALİTE VE HİZMET KALİTESİ

Kalite konusunda çalışan bilim adamları ve kuruluşlar birçok kalite tanımı yapmışlardır (Arıkboğa, 2003, s.59). Deming kaliteyi birkaç boyutta ele alıp birkaç farklı tanım yapmıştır. İlk tanıma göre kalite; "işletmenin ürettiği ürün ve performansının kalite spesifikasyonlarına uygun olması" iken diğer tanıma göre ise "tüketicinin işletmenin ürettiği ürün ya da hizmet hakkındaki yargısı"dır (Deming, 1998, s.137). Juran ise kaliteyi "kullanıma uygunluk" olarak tanımlamaktadır (Juran, 1988, s.22'den aktaran Arıkboğa, 2003, s.59). Crosby'e göre de kalite "şartlara uygunluktur" (Efil, 2003, s.10). Ishikawa ise kaliteyi dar anlamda "ürün kalitesi" olarak tanımlamaktadır. Geniş anlamda, "kalite, iş kalitesi, iletişim kalitesi, proses kalitesi, işçiler, mühendisler, idareciler ve yöneticiler dahil insanların kalitesi, sistem kalitesi, firma kalitesi, hedeflerin kalitesi vb.dir" şeklinde tanımlamaktadır (Ishikawa, 1997, s.47).

Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC)'na göre kalite "belirli bir malın veya hizmetin, müşteri isteklerine uygunluk derecesidir" (Ertuğrul, 2004, s.6). ISO 8402 Kalite Sözlüğü'nde ve ISO 9000 Serilerinde ise kalite "açıkça belirtilen ve ifade edilmemiş gizli ihtiyaçları tatmin edebilme konusunda bir yeteneğe sahip olan mal ve/veya hizmetlerin özellik ve karakteristiklerinin görülebilir, ayırıcı niteliklerinin toplamıdır" şeklinde tanımlanmıştır (Değermen, 2006, s.16). Tanımlara bakıldığında ortak olarak söylenebileceklerin müşteri ihtiyaçları ve müşteri beklentileri ve bunları tatmin etmede etkinlik etrafında toplandığı görülmektedir (Arıkboğa, 2003, s.60). Dolayısıyla kalite tanımlarında müşteri bakış açısı

önem kazanmaktadır. Günümüz dünyasında yaşanan teknik ve ekonomik gelişmelere paralel olarak, üretim ve tüketime her aşamasında değişimler oluşmaktadır. İşletmelerin bu değişimlere ayak uydurabilmesi ve pazarda söz sahibi olması için kaliteli ürün ve hizmet üretmesi gerekmektedir. Bu durumda kalite kavramının önem ve önceliği artmaktadır (Değermen, 2006, s.15).

Hizmet kalitesi kavramına gelince; En geniş anlamda hizmet kalitesi, müşteri beklentilerini karşılamak için üstün ya da mükemmel hizmetin verilmesidir. Bir diğer tanıma göre hizmet kalitesi, bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme ya da geçebilme yeteneğidir (Odabaşı, 2004, s.93). Her iki tanımda da, hizmet kalitesini belirleyebilecek olan en önemli unsurun müşteri beklentileri olduğu görülmektedir.

Hizmet kalitesine müşterinin beklentileri ile algılamaları açısından bakıldığında ise müşterinin beklentileri ile algılamaları arasındaki karşılaştırma olarak tanımlanabilir (Parasuraman vd., 1985, s.42). Müşteri pek çok faktörü algılayarak kaliteyi kendine göre yorumlamakta ve kendisine sunulan hizmet ile beklediği hizmeti karşılamaktadır. Burada önemli olan konu müşterinin algıladığı hizmetin yüksek olmasıdır. Yapılan karşılaştırma sonucu beklenen kalite ile algılanan kalite arasında negatif bir fark varsa, müşterinin hizmet kalitesini olumsuz olarak değerlendirdiği anlaşılmaktadır. Aradaki fark pozitif ise müşterinin hizmet kalitesini olumlu olarak değerlendirdiğini söylemek mümkündür. Kısacası; müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak adına hizmet sunmak kaliteli hizmet sunabilmenin şartıdır. Ancak bu sayede işletmeler müşterilerinin beklentilerini karşılayabilir ve müşteri tarafından algılanan hizmet kalitesini artırabilir.

Üzerinde durulması gereken diğer bir konu ise; hizmet kalitesinin boyutlarıdır. Müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirme sürecini etkileyen pek çok unsur ya da boyut bulunmaktadır. Fakat bu boyutların neler olduğu konusunda tam bir fikir birliği bulunmamaktadır. Araştırmacılar arasında fikir birliğinin bulunmamasında en önemli etken ise hizmet kalitesini oluşturan boyutların çeşitli sektörlere göre değişmesidir.

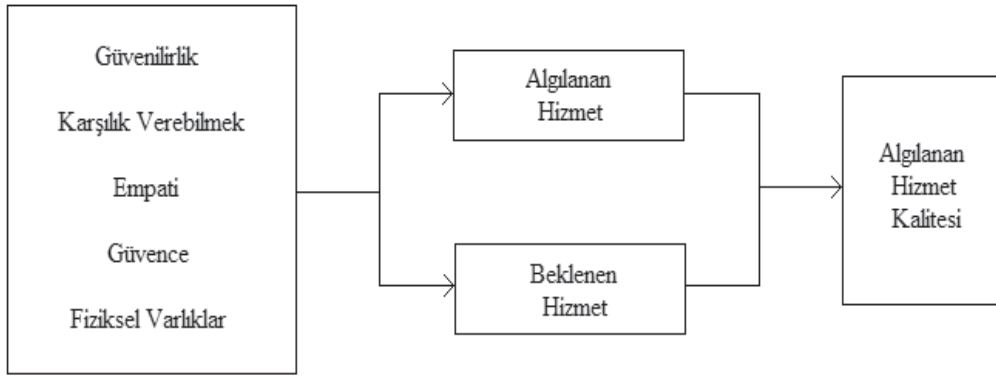
Hizmet kalitesi boyutlarını ortaya koyan ve genel kabul gören en önemli çalışma Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından yapılmıştır. Hizmet tipine bakılmadan hizmetler için temel kriterler oluşturulmuştur. Bu kriterler ise on ana kategoride toplanmış ve bu kriterlere hizmet kalitesinin boyutları adı verilmiştir. Bu boyutlar, güvenilirlik, karşılık verebilmek, yeterlilik, ulaşılabilirlik veya erişilebilirlik, saygı, iletişim, inanılabilirlik, güvenlik, müşteriye anlamak ve fiziksel varlıklardır (Zeithaml vd., 1990, s.20-22). Sonrasında Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin yaptıkları çalışmalar devam ettikçe, algılanan hizmet kalitesi ile ilgili on faktörden aslında sadece beşinin yüksek düzeyde ilişkili olduğu bu faktörlerin kendi aralarında da karşılıklı etkileşim içinde buldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Bu boyutları şu şekilde sıralamak mümkündür (Değermen, 2006, s.24 ve Odabaşı, 2004, s.94).

- \* **Güvenilirlik:** Hizmetin doğruluğu, tutarlılığı ve hizmeti gerçekleştirilme yeteneğidir.
- \* **Karşılık verebilmek:** Zamanında doğru ve açık bir biçimde taleplere yanıt verebilme becerisidir.
- \* **Güvence (yeterlilik, saygı, inanılabilirlik, güvenlik):** İşletme çalışanlarının bilgi ve nezaket ile güven yaratmasıdır.
- \* **Empati (ulaşılabilirlik, iletişim, müşteriye anlamak):** Kendini müşteri yerine koymak suretiyle bireyselleştirilmiş ilgiyi müşteriye verebilmedir.
- \* **Fiziksel varlıklar:** İşletmenin fiziksel ortamının görünüşünü, ekipmanı, çalışanları ve basılı malzemeleri kapsar.



### 3. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ

Araştırmada, hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL modeli kullanılmıştır. SERVQUAL modeli, 1985 yılında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilmiştir. Bu model fark analizi olarak da bilinmektedir. SERVQUAL modeli onaylamama paradigması anlayışına dayanmaktadır (Cronin ve Taylor, 1992, s.56). Onaylamama paradigmasına göre, müşteri beklentisi ile müşterinin elde ettiği hizmet birbiri ile tam olarak örtüşüyorsa, bu durumda beklenti ile algılanan performans birbirini onaylıyor anlamı çıkmaktadır. Tersine beklenti, müşterinin elde ettiği hizmetten daha fazla olduğu durumda veya elde edilen hizmet, müşteri beklentisinin üzerinde olduğu durumda, sırasıyla negatif ve pozitif onaylamama söz konusu olmaktadır. Bu durumda hizmet işletmelerinin hedefi, en azından müşteri beklentisine eşit bir performans ortaya koymaktır (Değermen, 2006, s.37).



Şekil 1. SERVQUAL Modeli

**Kaynak:** Brady, Michael K., J. Joseph Cronin Jr.: "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach", *Journal of Marketing*, Vol.65, July 2001, pp.35

SERVQUAL modeline göre algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin bir hizmetten beklentileri ile hizmeti sunan işletmenin performansından algıladıkları arasındaki farka dayanır. Dolayısıyla model iki ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısmı beklentiler oluşturmaktadır. Birinci kısımda, müşterilerin hizmetle ilgili genel beklentilerini anlamaya yardımcı olacak 5 boyutu (güvenilirlik, karşılık verebilmek, güvence, empati, fiziksel varlıkları) temsil eden 22 değişken bulunmaktadır (Zeithaml vd., 1990, s.23). Bu 22 değişken, SERVQUAL modelinde kaliteli olarak tanımlanabilen hizmetler için bir hizmette bulunması gereken olası özellikler araştırılarak elde edilmiştir, diğer bir deyişle, müşteri değer yargılarına göre belirlenmiştir (Değermen, 2006, s.38).

Modelin ikinci kısmını algılamalar oluşturmaktadır. Bu kısımda hizmet üretimi yapan bir işletme hakkındaki müşteri değerlendirmelerini ölçecek 22 değişkenin tamamının karşılaştırılması yapılmaktadır (Zeithaml vd., 1990, s.23). Sonuçta alınan hizmet beklentileri karşıyor veya beklentilerin üstünde ise hizmetin kaliteli olduğu sonucuna varılmaktadır. Aksi durumda ise yani alınan hizmetin beklentilerin altında olduğu durumda memnuniyetsizlik hissi söz konusudur. Bu sebeple SERVQUAL modeli fark analizi olarak da adlandırılmaktadır.

#### **4. SERVQUAL MODELİ YARDIMIYLA HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ İLE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Araştırma, eğitim hizmetleri sektöründe faaliyette bulunan, en eski ve köklü Açıköğretim kurslarından birinde yapılmıştır. 22/07/2005 tarih ve 25883 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Mili Eğitim Bakanlığı Özel Kurslar yönetmeliğine göre; kursun amacı, Türk Millî Eğitiminin genel amaçlarına ve temel ilkelere uygun olarak kişilerin; sosyal, kültürel ve meslekî alanlarda bilgi, beceri, yetenek ve deneyimlerini geliştirmek veya isteklerine göre serbest zamanlarını değerlendirmektir.

Başta barındırdığı nüfus potansiyeli açısından İstanbul olmak üzere, Anadolu Üniversitesi'nin Açıköğretim Sistemine dahil, Anadolu Üniversitesi'nin verilerine göre (Tablo 1); Türkiye çapında bir milyonu aşkın öğrenci bulunmaktadır. Türkiye genelinde bu kadar çok sayıda öğrencinin olması, yine başta İstanbul olmak üzere, kendilerini yeterli görmeyen ve Açıköğretim kurslarına gitmek isteyen öğrenciler için bu kursların gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Her yıl üniversite giriş sınavında geleceklelerini belirlemek adına ter döken fakat üniversite kontenjanlarının kısıtlı olmasından dolayı bir programa yerleşemeyen öğrencilerden bazılarının tercihi, üniversite eğitimi almak adına Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi olmaktadır. Anadolu Üniversitesi'nin verilerine göre, bu sisteme dahil olan bir milyondan fazla öğrenci mevcuttur. Kendi kendine okulu bitirmenin zorluğu göz önüne alındığında pek çok öğrenci derslerine destek olması için ya kursa gitmekte ya da çeşitli kursların yayınladığı yardımcı kitapları kullanmaktadır. Sonuç olarak, önemli sayıda öğrencinin olduğu ve onlara derslerinde başarılı olmaları için destek veren kursların varlığı, Açıköğretim Kurslarının bulunduğu sektörü araştırma yapmaya değer kılmaktadır. Bu amaçla bir Açıköğretim Kursunda, eğitim hizmetlerinde algılanan hizmet kalitesi ve memnuniyet arasındaki ilişkinin tespitine yönelik bir pilot araştırma yapılmıştır.

##### **4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı Ve Kısıtları**

Araştırmanın temel amacı; Açıköğretim Kurslarında verilen eğitim hizmetlerinde, hizmeti alan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesini ve algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında bir ilişkinin olup olmadığını, varsa bu ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemektir. Bu amaçtan yola çıkarak belirlenen alt hedefler ise şöyledir:

- Hizmet kalitesi boyutlarında yer alan değişkenlerin eğitim hizmetlerine uyarlanması
- Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentilerinin belirlenmesi
- Öğrencilerin aldıkları eğitim hizmetlerine ilişkin algılamalarının belirlenmesi
- Öğrencilerin hizmet kalitesine ilişkin beklentileri ve algılamaları arasında farkın olup olmadığının belirlenmesi
- Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algılanan hizmet kalitesi arasında bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesi
- Öğrencilerin algıladıkları hizmet ile genel memnuniyetleri arasında bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi şeklinde sıralanabilir.



Anadolu Üniversitesi'nin Açıköğretim Sisteminde bulunan fakülteler; önlisans programlarının (Sosyal Bilimler Programı, Ev İdaresi Programı, Halkla İlişkiler Programı, Yerel Yönetimler Programı, Dış Ticaret Programı, Muhasebe Programı, Bankacılık ve Sigortacılık Programı, İlahiyat Programı, Tarım Programı, Bilgi Yönetimi Programı, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, Büro Yönetimi ve Sekreterlik Programı, Laborant ve Veteriner Sağlık Programı, Perakende Satış ve Mağaza Yönetimi Programı, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Programı) dahil olduğu Açıköğretim Fakültesi, İşletme bölümünün bulunduğu İşletme Fakültesi ile Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Maliye, İktisat ve Kamu Yönetimi bölümlerinin bulunduğu İktisat Fakültesi'dir.

**Tablo 1. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemindeki Öğrenci Sayıları (2007 yılı)**

		Erkek	Kız	Toplam
Aktif Öğrenciler	Açıköğretim Fakültesi	161846	138722	300568
	İktisat Fakültesi	152877	97427	250304
	İşletme Fakültesi	208397	146994	355391
Aktif Öğrenci Toplam		<b>523120</b>	<b>383143</b>	<b>906263</b>
Pasif Öğrenciler	Açıköğretim Fakültesi	35624	33945	69569
	İktisat Fakültesi	30901	22556	53457
	İşletme Fakültesi	33023	28974	61997
Pasif Öğrenci Toplam		<b>99548</b>	<b>85475</b>	<b>185023</b>
Genel Toplam		<b>622668</b>	<b>468618</b>	<b>1091286</b>

**Kaynak:** www.anadolu.edu.tr

Tablo 1'den de görüleceği üzere, bu kadar büyük bir öğrenci potansiyelinin olduğu bir sektörde açıköğretim alanında kurs veren özel eğitim kurumlarının sayısı oldukça fazladır. Fakat bu sektöre yıllardır yön veren en eski ve en büyük eğitim kurumlarından bir tanesi araştırma yapılan açıköğretim kursudur. Kursun bu durumu göz önüne alındığında, bu kurumda yapılacak bir araştırmanın bütün sektöre bir yön vereceği düşünülmüştür. Bu sebeple araştırmanın kapsamına bu açıköğretim kursu dahil edilmiştir. Aslında böyle bir araştırmanın bütün İstanbul'daki açıköğretim kurslarında yapılması daha faydalı olacaktır. Ancak, diğer kurumlardan böyle bir araştırma için gerekli izinleri ve bilgileri almanın zorluğu sadece bu kurumun seçilmesinde etkili olmuştur.

Araştırma kapsamına açıköğretim kursunun İstanbul'da bulunan şubeleri dahil edilmiştir. Bu şubeler; Kadıköy, Bakırköy, Beşiktaş, Mecidiyeköy, Aksaray, Ümraniye ve Maltepe'dir. Fakat araştırma yapmak için gerekli zaman ve maliyet kısıtlamasından dolayı İstanbul Anadolu yakası araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Bu durumda araştırma kapsamına dahil edilen; İstanbul Avrupa yakasında yer alan Bakırköy, Aksaray, Beşiktaş, Mecidiyeköy şubeleridir. Araştırma kapsamına dahil olan öğrenci sayıları Tablo 2'deki gibidir.

**Tablo 2. Şubelere ve Sınıflara Göre Öğrenci Sayıları**

Şube	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	Toplam
Bakırköy	139	172	151	153	615
Aksaray	98	114	107	115	434
Beşiktaş	145	191	167	144	647
Mecidiyeköy	117	142	165	164	588
<b>Toplam</b>	<b>499</b>	<b>619</b>	<b>590</b>	<b>576</b>	<b>2284</b>

Diğer bir kısıtlama ise hangi sınıfta okuyan öğrencilerin araştırma kapsamına dahil edileceğidir. Araştırma kapsamına 2. 3. ve 4. sınıfta okuyan ve kursta en az 2. yılında olan öğrenciler dahil edilmiştir. Bunun nedeni; bu öğrencilerin eğitim hizmetleri ile ilgili algılamalarının daha yerleşmiş olacağı varsayımdır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda ise 1. sınıfta okuyan toplam 499 öğrenci araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Ayrıca, 2. 3. ve 4. sınıflarda okuyan ve kursta ilk yılı olan 184 öğrenci de araştırmanın kapsamı dışındadır.

Sonuç olarak; Bakırköy, Beşiktaş, Mecidiyeköy ve Aksaray şubelerinde 2. 3. ve 4. sınıfta ve kursta en az 2. yılı olan öğrenciler araştırma kapsamına alındığında, araştırma kapsamında yer alan toplam öğrenci sayısı;  $2284$  (toplam öğrenci sayısı) -  $499$  (1.sınıf öğrencileri) -  $184$  (2.3. ve 4. sınıfta ilk yılı olanlar) =  $1601$  kişidir.

## **4.2. Araştırmanın Yöntemi**

### **4.2.1. Araştırmanın Ön Çalışmaları**

Carman'ın 1990 yılında SERVQUAL ölçeğinden yararlanarak farklı hizmet işletmelerine yönelik olarak yaptığı çalışmada, farklı hizmet sektörlerinde hizmet kalitesi boyutlarının farklılık gösterebileceği ve bu nedenle ölçekte yer alan ifadelerin her sektöre göre yeniden uyarlanması gerektiği uyarısından hareketle, ölçek eğitim hizmetlerine göre uyarlanmıştır (Carman, 1990, s. 50-51). Bu amaçla, odak grup görüşme tekniği ile öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin kalite boyutları ortaya konmaya çalışılmıştır. Odak grup görüşmeleri, belirli ve kalıplara oturtulmamış, doğal bir toplantı biçiminde yürütülen, seçilmiş az sayıda katılımcının serbestçe birbiriyle etkileşimde bulunabildikleri bir görüşme şeklidir. Temel amaç, görüşülecek konu üzerinde katılımcıların görüş ve önerilerini belirlemektir. Genellikle, en az üç gruptan oluşur ve her grup birbirine benzer özelliklere sahip katılımcılardan oluşur. Grubun büyüklüğü 8-12 kişi arasındadır. Grup görüşmeleri önceden belirlenmiş tarihlerde yapılır ve 1-3 saat sürer. Görüşmeleri moderator ismi verilen bir yönetici yürütür. Görüşmeler ses ve görüntü bantlarına, notlara kaydedilebildiği gibi bazen aynalardan da yararlanılabilir (Odabaşı, 2004, s. 152-153). Araştırmada odak grup görüşmesine uygun olarak dokuz kişiden oluşan benzer özelliklere sahip üç grup oluşturulmuştur. Her bir gruba, üç kurs yöneticisi, üç kurs öğretmeni ve üç öğrenci olmak üzere dokuz kişi dahil edilmiştir. Carman'ın eleştirisi de dikkate alınarak, Zeithaml, Parasuraman ve Berry tarafından ortaya konan hizmet kalitesi boyutları, eğitim hizmetlerine uyarlanmıştır. Uyarlanan bu değişkenler Tablo 3'de görülmektedir.



**Tablo. 3 Hizmet Kalitesi Boyutlarının Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması**

Hizmet kalitesinin boyutları	Eğitim hizmetlerine uyarlanması
Güvenilirlik	- Derslerin her zaman ders programına uygun olarak yapılması - Derslerin her zaman vaktinde yapılması - Öğrencilerle ilgili kayıtların hatasız tutulması - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilerin karşılaştığı problemleri çözmek için içtenlikle davranmaları
Karşılık verebilmek	- Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olması - Derslerin vaktinde başlaması - Derslerin ne zaman yapılacağı ile ilgili bilgilerin öğrencilere verilmesi - Öğrencilere verilen hizmetlerin, beklemeden hızlı bir şekilde verilmesi - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmaması
Yeterlilik	- Eğitim kurumu çalışanlarının yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olması
Ulaşılabilirlik	- Eğitim kurumunun kolay ulaşılabilir bir yerde olması
Saygı	- Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermesi
İletişim	- Öğrencilerin şikayet ve önerilerinin dikkate alınması - Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencilerin haberdar edilmeleri
İnanılrlık	- Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması - Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin yeterliliği ve güncelliği - Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisi yeterliliği - Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterliliği - Öğrencilerin derslerde başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri
Güvenlik	- Eğitim kurumunun öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutması
Müşteriyi-Öğrenciyi anlamak	- Derslerin öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmesi - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması
Fiziksel varlıklar	- Eğitim kurumunun fiziki ortamının modern görünümlü olması - Eğitim kurumunun binasının görsel olarak çekici olması - Eğitim kurumunun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması - Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması - Eğitim kurumu çalışanlarının düzgün görünümlü, temiz ve bakımlı olmaları - Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterliliği

#### 4.2.2. Araştırmanın Değişkenleri ve Modeli

Araştırmanın ön çalışmalarında SERVQUAL modelinde yer alan boyutların eğitim hizmetlerine uyarlanması dikkate alınarak araştırmanın değişkenleri belirlenmiştir. Araştırma modelinde yer alan değişkenler; algılanan hizmet kalitesine ilişkin değişkenler, genel memnuniyet düzeyine ilişkin değişken ve öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin değişkenlerdir.



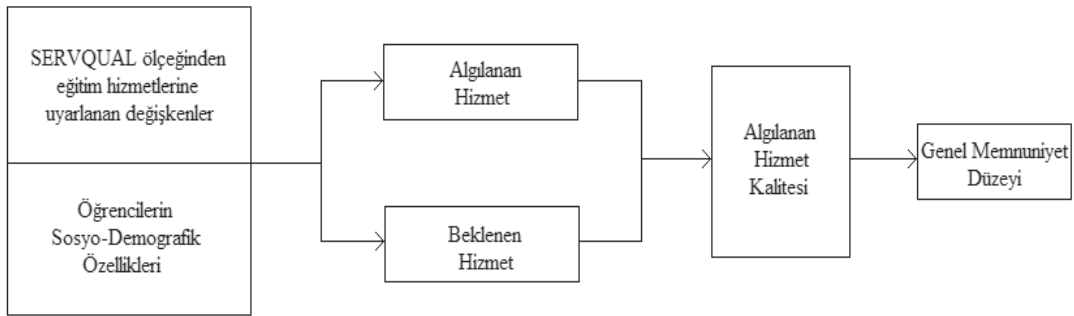
\* Algılanan hizmet kalitesine ilişkin 33 değişken:

- d1. Kursun fiziki ortamının modern görünüşlü olması
- d2. Kurs binasının görsel olarak çekici olması
- d3. Kursun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması
- d4. Kurs çalışanlarının düzgün görünüşlü, temiz ve bakımlı olması
- d5. Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması
- d6. Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olması
- d7. Derslerin ders programına uygun olarak yapılması
- d8. Derslerin vaktinde yapılması
- d9. Derslerde anlatılanların teorik düzeyinin yeterli seviyede olması
- d10. Derslerin öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmesi
- d11. Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması
- d12. Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin yeterli ve güncel olması
- d13. Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisinin yeterli düzeyde olması
- d14. Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterli düzeyde olması
- d15. Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgilerin verilmesi
- d16. Öğrencilerin ders saatlerini kendilerine uygun olarak seçebilmesi
- d17. Öğrencilerle ilgili kayıtların hatasız tutulması
- d18. Kursun, öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmesi
- d19. Kursun, öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmesi
- d20. Öğrencilerin şikayet ve önerilerinin dikkate alınması
- d21. Kursun öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması
- d22. Öğrencilerin ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmesi
- d23. Kurs çalışanlarının öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olması
- d24. Kurs çalışanlarının öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi
- d25. Kurs çalışanlarının öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmaması
- d26. Kursun, öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmaması
- d27. Kurs çalışanlarının eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahip olmaları
- d28. Kursun, öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermesi
- d29. Öğrencilerin sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri
- d30. Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencilerin haberdar edilmeleri
- d31. Kurs çalışanlarının öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermeleri
- d32. Kursun öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutması
- d33. Kursun kolay ulaşılabilir bir yerde olması

\* Öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin değişkenler:

1. Cinsiyet
2. Yaş
3. İkamet edilen semt
4. Mezun olunan lise
5. Gelir durumu
6. Öğrenci olunan şube

Araştırmada kullanılan model SERVQUAL hizmet kalitesi ölçüm modelidir. Şekil 2’de görüleceği üzere; algılanan hizmet kalitesi, algılanan hizmet ile beklenen hizmet arasındaki farka dayanmaktadır.



**Şekil 2. Araştırmanın Modeli**

Araştırma modelinden de anlaşılacağı üzere SERVQUAL modelinden eğitim hizmetlerine uyarlanan değişkenler ile öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerinin; beklenen ve algılanan hizmeti etkileyeceği öngörülmektedir. SERVQUAL modeline göre; algılanan hizmet ile beklenen hizmet arasındaki farkın ise algılanan hizmet kalitesini ortaya çıkaracaktır. Son olarak da, algılanan hizmet kalitesinin genel memnuniyet düzeyi arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenecektir.

#### 4.2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada öncelikle ikincil kaynak araştırması yapılarak, hizmet kalitesi ölçme yöntemleri ve değişkenleri belirlenmiştir. İkincil kaynak araştırması ya da literatür araştırmasında hizmet kalitesini ölçmede kullanılan pek çok yöntemin olduğu görülmüştür. Bu araştırmada, literatürde hizmet kalitesinin ölçümünde en çok kullanıldığı belirlenen Zeithaml, Berry ve Parasuraman’ın geliştirdikleri SERVQUAL ölçeğinden yararlanılmıştır.

Araştırmada veri ve bilgi toplamada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formundaki değişkenler SERVQUAL ölçeğinin eğitim hizmetlerine uyarlanması sonucu belirlenmiştir. Tablo 4’de anket formunda yer alan değişkenler ve ölçekler görülmektedir.

**Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler**

Değişkenler	Kullanılan Ölçek
Öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin beklentileri	5'li Likert ölçeğiyle hazırlanmış 33 değişken
Öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin algılamaları	5'li Likert ölçeğiyle hazırlanmış 33 değişken
Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyi	5'li Likert ölçeğiyle hazırlanmış 1 değişken
Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri	Nominal, aralıklı ve oransal ölçekli sorulardan oluşan 6 değişken

#### 4.2.4. Örneklem Planı

Araştırmanın anakütlesini, araştırma yapılacak Açıköğretim Kursundaki öğrencilerin tamamı oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı, kapsamı ve kısıtlarında da belirtildiği üzere anakütle olarak belirlenen toplam öğrenci sayısı 1601 kişidir. Fakat zaman ve maliyet kısıtlaması nedeniyle tam sayım yapılamamıştır. Bu sebeple örnekleme ihtiyacı duyulmuştur.

Anakütlede standart sapma ve varyansların bilinmesi çoğu kez olanaksız olduğundan bunların tahmin edilmesi gerekir. Böyle bir tahmini oranlar üzerinden yapmak çok daha kolaydır. Hatta bu oranlar hakkında hiçbir bir bilgi olmasa dahi  $\Pi (1 - \Pi)$ 'nin en yüksek olduğu ( $0,5 \times 0,5 = 0,25$ ) değeri esas alınabilir. Tüm bu nedenlerden ötürü uygulamada en yaygın kullanılan örnekleme formülü şu şekildedir (Kurtuluş, 1989, s. 113):  $n = \Pi (1 - \Pi) / (e / z)^2$

Bu formüle göre örnek büyüklüğü, maksimum varyanslı ( $0,5 \times 0,5 = 0,25$ ) ve % 95 güven aralığı içinde z'nin aldığı değer 1,96 olduğundan, 1601 kişiden seçilecek örnek büyüklüğü 400 kişi olmalıdır. Fakat 400 kişi anakütle olarak seçilen 1601 kişinin % 5'inden büyük olduğu için düzeltme faktörü ile çarpılmış ve sonuç olarak örnek büyüklüğü 300 kişi olarak hesaplanmıştır.

Şubeler arasında gerek öğretmenler, gerek fiziksel ortamlar vb. farklılıklar olabileceği düşünüldüğünden, zümrelere göre oransal örnekleme yapılmıştır. 4 şubede anakütleyle dahil olan öğrencilerin oranlarına göre belirlenen örnekler basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Örnek kütlelerin tamamına ulaşmanın mümkün olmadığı ve hatalı doldurulan anket formlarının olabileceği düşüncesiyle araştırmanın örnek kütlelerine 400 kişi dahil edilmiştir. 400 anket daha önce belirlenen zümrelerin anakütle içindeki oranlarına göre (bkz. Tablo 5) dağıtılmıştır. Buna göre; 4 şubede belirlenen örnekleme planına göre dağıtılan anket sayılarına ilişkin veriler Tablo 5'de özetlenmiştir.

**Tablo 5. Anket Sayıları**

Şube	Verilen Anket Sayısı	Geri Dönen Anket Sayısı	Hatalı ve Eksik Doldurulanlar	Geçerli Anket Sayısı
Bakırköy	112	104	12	92
Aksaray	72	70	5	65
Beşiktaş	114	97	28	69
Mecidiyeköy	102	87	2	85
<b>Toplam</b>	400	358	47	<b>311</b>

#### 4.2.5. Veri Analizi

Araştırmada verilerin analizi için SPSS 12.0 paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde kullanılan yöntemler, faktör analizi, t testi ve korelasyon analizidir. 33 değişkenden oluşan hizmet kalite değişkenlerinin hangi faktörler altında toplandıklarını belirleyebilmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Ayrıca araştırmaya katılan cevaplayıcıların beklentileri ve algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını, varsa bu farklılığın hangi değişkenlerden kaynaklandığını belirleyebilmek amacıyla t-testi uygulanmıştır. Son olarak hizmet kalitesi ile sosyo-ekonomik özellikler arasında Kendall korelasyon (parametrik ve nonparametrik verilere uygulanabilir olmasından) analizi ve hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında Pearson korelasyon (genel memnuniyet ve algılanan hizmet aralıklı ölçek ile ölçüldüğünden, her ikisi parametrik) analizi uygulanmıştır.

#### 4.2.6. Araştırmanın Hipotezleri

SERVQUAL modelinde ölçülen algılanan hizmet kalitesi, algılanan hizmet ile beklenen hizmet arasındaki farka dayanmaktadır. Şekil 2’de görülen araştırma modelini de esas alarak, SERVQUAL modelinden uyarlanan değişkenler göz önüne alındığında, 1. hipotez şu şekilde ifade edilebilir:

- \*  $H_0$ : Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır..
- \*  $H_1$ : Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Araştırmanın modeli esas alındığında dikkat edilecek diğer noktanın öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, algılanan hizmet kalitesinin sosyo-demografik faktörlerden etkilenmeyeceği varsayılmaktadır. Araştırmada öğrenim düzeyleri arasında fark olmadığı ve herkesin lise mezunu olduğu bilindiğinden, öğrenim durumu incelemeye dahil edilmemiştir. Araştırmada incelenecek sosyo-demografik özellikler; gelir durumu ve cinsiyettir. Bu açıklamaların ışığı altında, 2. hipotezi genel olarak aşağıdaki gibi ifade edebiliriz:

- \*  $H_0$ : Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- \*  $H_1$ : Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

SERVQUAL modelindeki algılanan hizmet kalitesi ile aralarında ilişki olup olmadığı incelenmek istenen diğer bir değişken de genel memnuniyet düzeyidir. Literatürde algılanan hizmet kalitesinin memnuniyet düzeyi ile ilişkili olduğunu savunanlar ile bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını da savunanlar da bulunmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyi arasında bir ilişki olup olmadığına bakmak da yerinde olacaktır. Bu sebeple 3. hipotez şu şekilde ifade edilmiştir:

- \*  $H_0$ : Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- \*  $H_1$ : Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

## 5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

### 5.1. Araştırmaya Katılanların Özellikleri

Aşağıda Tablo 6’da araştırmaya dahil olan 311 öğrencinin cinsiyetleri, yaşları, mezun oldukları lise, gelir düzeyleri ve genel memnuniyet düzeyleri ile ilgili özet bilgiler görülmektedir.

*Tablo 6. Frekans Dağılımları*

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	171	55
	Kadın	140	45
Yaş	Araştırmaya dahil olan öğrencilerin yaşları 18 ile 39 arasında değişmektedir. En yüksek yüzdeye sahip yaş grubu %13,8 ile 25 yaşdır.		
Mezun Olunan Lise	Genel Lise	139	44,7
	Anadolu Lisesi	2	0,6
	Fen Lisesi	2	0,6
	Mesleki ve Teknik Liseler	140	45,0
	Özel Liseler	15	4,8
	Diğer	13	4,2
Gelir Düzeyi	Çalışmıyorum	48	15,4
	500 YTL ve altı	34	10,9
	501-1000 YTL arası	134	43,1
	1001-1500 YTL arası	62	19,9
	1501-2000 YTL arası	23	7,4
	2001 YTL ve üstü	10	3,2

Tablo 6’da da görüldüğü üzere; araştırmaya dahil olan 311 öğrencinin %55’nin cinsiyeti erkek ve %45’nin cinsiyeti kadındır. Mezun olunan lise itibariyle, araştırmaya katılan öğrencilerin %44,7’si genel lise, %0,6’sı anadolu lisesi, %0,6’sı fen lisesi, %45’i mesleki ve teknik lise, %4,8’i özel lise ve %4,2’si diğer kategorisindeki lise mezunudur. Araştırmaya katılanların %15,4’ü çalışmamakta; %10,9’u 500 YTL ve altında, %43,1’i 501-1000 YTL arasında, %19,9’u 1001-1500 YTL arasında, %7,4’ü 1501-2000 YTL arasında ve %3,2’si 2001 YTL ve üstünde gelir elde etmektedir.

### 5.2. Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Faktör Analizi

Araştırmada 33 değişkenden oluşan hizmet kalitesine yönelik hazırlanan ölçeğin hangi faktörler altında toplandığını belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi; tüm değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerle ilgilenen birçok değişkenli istatistiksel analiz türüdür. Faktör analizinin en önemli amaçlarından bir tanesi değişkenler arasındaki karşılıklı bağımlılığın kökenini araştırmaktır (Kurtuluş, 1998, s.481).

Yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett test sonuçları Tablo 7’de görülmektedir:

*Tablo 7. Kaiser-Meyer-Olkin and Bartlett’s Test Sonuçları*

Kaiser-Meyer-Olkin		0,91
Bartlett’s Test of Sphericity	Yaklaşık Ki-Kare	4426,85
	df	528
	Anlamlılık	0,00

Tablo 7'ye göre; KMO testi bize örnek yeterliliğinin 0,91 olduğunu, diğer bir deyişle, örneğin faktör analizi yapmak için yeterli olduğunu belirtmektedir. Bartlett's testinde çıkan ki-kare değeri 4426,85 ve  $\alpha = 0,000$ 'dir. Test sonuçları faktör analizinin uygulanabileceğini göstermektedir.

Faktör analizi sonucunda Eigen değeri 1'den büyük olan 7 faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler Tablo 8'de özetlenmiştir. Toplam açıklanan varyans %58,85 değeri ile arzu edilen 0,5 değerinin üzerindedir. Ayrıca ölçeğin güvenilirliği %92,3 gibi yüksek bir değerdedir. Bu değer de tanımlayıcı araştırmalar için arzu edilen 0,70 değerinin oldukça üzerindedir (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998, s.118).

**Tablo 8. Eğitimde Hizmet Kalitesine Yönelik Yapılan Faktör Analizi Sonuçları\***

Eğitimde Hizmet Kalitesi Boyutları ve Değişkenleri	Faktör Yükleri
<b>Faktör 1 - Eğitim</b>	
(d13) Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisinin yeterli düzeyde olması	0,77
(d11) Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması	0,75
(d12) Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin yeterli ve güncel olması	0,70
(d10) Derslerin öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmesi	0,66
(d14) Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterli düzeyde olması	0,55
(d9) Derslerde anlatılanların teorik düzeyinin yeterli seviyede olması	0,46
(d28) Kursun, öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermesi	0,43
<b>Faktör 2 - Müşteri Odaklılık ve Empati</b>	
(d19) Kursun, öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmesi	0,77
(d18) Kursun, öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmesi	0,77
(d20) Öğrencilerin şikayet ve önerilerinin dikkate alınması	0,63
(d21) Kursun öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması	0,60
(d22) Öğrencilerin ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmesi	0,51
(d16) Öğrencilerin ders saatlerini kendilerine uygun olarak seçebilmesi	0,49
(d17) Öğrencilerle ilgili kayıtların hatasız tutulması	0,45
<b>Faktör 3 - Güvence ve Saygı</b>	
(d24) Kurs çalışanlarının öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi	0,79
(d23) Kurs çalışanlarının öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olması	0,71
(d31) Kurs çalışanlarının öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermeleri	0,62
(d25) Kurs çalışanlarının öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmaması	0,60
(d26) Kursun, öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmaması	0,47
<b>Faktör 4 - Fiziksel Varlıklar</b>	
(d1) Kursun fiziki ortamının modern görünüşlü olması	0,76
(d2) Kurs binasının görsel olarak çekici olması	0,68
(d5) Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması	0,64
(d3) Kursun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması	0,64
(d4) Kurs çalışanlarının düzgün görünüşlü, temiz ve bakımlı olması	0,50
(d6) Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olması	0,39
<b>Faktör 5 - Organizasyon Becerisi</b>	
(d8) Derslerin vaktinde yapılması	0,76
(d7) Derslerin ders programına uygun olarak yapılması	0,68
(d15) Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgilerin verilmesi	0,60
(d30) Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencilerin haberdar edilmeleri	0,47
<b>Faktör 6 - Güvenilirlik</b>	
(d29) Öğrencilerin sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri	0,65
(d32) Kursun öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutması	0,61
(d27) Kurs çalışanlarının eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahip olmaları	0,54
<b>Faktör 7 - Ulaşılabilirlik</b>	
(d33) Kursun kolay ulaşılabilir bir yerde olması	0,56

\* Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi

Rotasyon Yöntemi: Varimax with Kaiser Normalization; İterasyon Sayısı: 11

Toplam Açıklanan Varyans: % 58,85

Ölçeğin Güvenilirliği: % 92,3

### **5.3. Öğrencilerin Eğitim Hizmetlerine İlişkin Beklenti ve Algılamalarının Kıyaslanması**

Eğitim hizmetlerine ilişkin algılanan hizmet kalitesinin ölçümünde 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Buna göre; 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde tanımlanmıştır.

Bu kısımda, öğrencilerin aldıkları eğitim hizmetlerinden algıladıkları ile eğitim hizmetlerinden beklentilerinin arasında fark olup olmadığına bakılmıştır. Hizmetle ilgili beklentiler ve algılamalar 33’er değişken ve 7 faktör ile ifade edilmiştir. Burada iki değişken grubu arasındaki farka, diğer bir deyişle, algılamalar ve beklentiler arasındaki farka bakılmıştır. Böylelikle; daha önce 1. Hipotez olarak ifade edilen hipotez test edilmiştir. Hipotezi test etmek için t testi kullanılmıştır ve bu hipotez şu şekilde ifade edilmiştir.

- \*  $H_0$ : Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.
- \*  $H_1$ : Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo 9. Eğitimde Hizmet Kalitesine Yönelik Algılama ve Beklentilerin Karşılaştırılması\*

Eğitimde Hizmet Kalitesi Boyutları ve Değişkenleri	Algılama		Beklenti		t-testi sonuçları		
	Ort	Std.	Ort	Std.	Fark	t- değ.	Anl.
<b>Faktör 1 - Eğitim</b>	<b>4,57</b>	<b>0,51</b>	<b>4,87</b>	<b>0,29</b>	<b>-0,30</b>	<b>-10,86</b>	<b>0,00</b>
(d13) Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisinin yeterli düzeyde olması	4,58	0,64	4,86	0,42	-0,28	-7,22	0,00
(d11) Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması	4,61	0,62	4,92	0,37	-0,31	-8,66	0,00
(d12) Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin yeterli ve güncel olması	4,56	0,70	4,87	0,35	-0,32	-7,86	0,00
(d10) Derslerin öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmesi	4,58	0,64	4,87	0,40	-0,30	-7,60	0,00
(d14) Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterli düzeyde olması	4,54	0,70	4,88	0,37	-0,34	-8,41	0,00
(d9) Derslerde anlatılanların teorik düzeyinin yeterli seviyede olması	4,46	0,68	4,79	0,55	-0,33	-7,62	0,00
(d28) Kursun, öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermesi	4,63	0,65	4,88	0,46	-0,25	-6,20	0,00
<b>Faktör 2 - Müşteri Odaklılık ve Empati</b>	<b>4,13</b>	<b>0,76</b>	<b>4,64</b>	<b>0,48</b>	<b>-0,51</b>	<b>-11,39</b>	<b>0,00</b>
(d19) Kursun, öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmesi	4,17	0,90	4,72	0,60	-0,56	-10,42	0,00
(d18) Kursun, öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmesi	4,25	0,92	4,75	0,63	-0,50	-8,71	0,00
(d20) Öğrencilerin şikayet ve önerilerinin dikkate alınması	4,22	0,96	4,87	0,41	-0,65	-11,43	0,00
(d21) Kursun öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması	3,98	1,00	4,31	1,03	-0,34	-4,94	0,00
(d22) Öğrencilerin ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmesi	4,07	1,01	4,45	0,94	-0,38	-5,37	0,00
(d16) Öğrencilerin ders saatlerini kendilerine uygun olarak seçebilmesi	3,84	1,28	4,58	0,85	-0,74	-9,41	0,00
(d17) Öğrencilerle ilgili kayıtların hatasız tutulması	4,40	0,85	4,80	0,57	-0,41	-8,01	0,00
<b>Faktör 3 - Güvence ve Saygı</b>	<b>4,50</b>	<b>0,63</b>	<b>4,77</b>	<b>0,44</b>	<b>-0,26</b>	<b>-6,60</b>	<b>0,00</b>
(d24) Kurs çalışanlarının öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi	4,59	0,71	4,81	0,53	-0,22	-4,59	0,00
(d23) Kurs çalışanlarının öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olması	4,41	0,84	4,77	0,57	-0,35	-6,90	0,00
(d31) Kurs çalışanlarının öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermeleri	4,52	0,71	4,81	0,53	-0,29	-5,92	0,00
(d25) Kurs çalışanlarının öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmaması	4,45	0,83	4,61	0,77	-0,16	-2,64	0,01
(d26) Kursun, öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmaması	4,55	0,76	4,84	0,58	-0,30	-5,78	0,00
<b>Faktör 4 - Fiziksel Varlıklar</b>	<b>4,06</b>	<b>0,73</b>	<b>4,76</b>	<b>0,36</b>	<b>-0,70</b>	<b>-16,83</b>	<b>0,00</b>
(d1) Kursun fiziki ortamının modern görünüşlü olması	3,59	1,22	4,65	0,66	-1,05	-13,89	0,00
(d2) Kurs binasının görsel olarak çekici olması	3,34	1,28	4,33	0,99	-0,99	-11,63	0,00
(d5) Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması	4,34	0,89	4,92	0,39	-0,58	-12,08	0,00
(d3) Kursun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması	4,24	0,91	4,90	0,42	-0,66	-12,98	0,00
(d4) Kurs çalışanlarının düzgün görünüşlü, temiz ve bakımlı olması	4,53	0,78	4,82	0,51	-0,29	-6,55	0,00
(d6) Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olması	4,29	0,87	4,90	0,34	-0,61	-12,20	0,00
<b>Faktör 5 - Organizasyon Becerisi</b>	<b>4,47</b>	<b>0,65</b>	<b>4,77</b>	<b>0,47</b>	<b>-0,30</b>	<b>-7,95</b>	<b>0,00</b>
(d8) Derslerin vaktinde yapılması	4,48	0,78	4,77	0,62	-0,29	-6,05	0,00
(d7) Derslerin ders programına uygun olarak yapılması	4,46	0,84	4,65	0,73	-0,20	-3,78	0,00
(d15) Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgilerin verilmesi	4,49	0,81	4,76	0,68	-0,27	-4,84	0,00
(d30) Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencilerin haberdar edilmeleri	4,46	0,84	4,91	0,40	-0,45	-9,36	0,00



<b>Faktör 6 - Güvenilirlik</b>	<b>4,57</b>	<b>0,55</b>	<b>4,86</b>	<b>0,33</b>	<b>-0,29</b>	<b>-9,73</b>	<b>0,00</b>
(d29) Öğrencilerin sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri	4,53	0,69	4,82	0,51	-0,29	-7,60	0,00
(d32) Kursun öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutması	4,60	0,65	4,84	0,51	-0,24	-5,80	0,00
(d27) Kurs çalışanlarının eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahip olmaları	4,57	0,67	4,92	0,33	-0,35	-8,91	0,00
<b>Faktör 7 - Ulaşılabilirlik</b>	<b>4,61</b>	<b>0,74</b>	<b>4,75</b>	<b>0,64</b>	<b>-0,14</b>	<b>-2,52</b>	<b>0,01</b>
(d33) Kursun kolay ulaşılabilir bir yerde olması	4,61	0,74	4,75	0,64	-0,14	-2,52	0,01
Genel	4,42	0,50	4,73	0,31	-0,31	-12,73	0,00

\* (  $\alpha$  : 0,05; t-tablo değeri: 1,96 ila -1,96); (Kısaltmalar; Ort: ortalama; Std: Standart Sapma; Anl: Anlamlılık Düzeyi)

Tablo 9'a bakıldığında, hiçbir t değerinin -1,96 ile +1,96 arasında olmadığı görülmektedir. Bu durumda birinci hipoteze ait tüm değişkenler için  $H_1$  hipotezi kabul edilmektedir. Dolayısıyla; öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Bütün t değerleri negatif çıktığına göre; öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin algılamalarının beklentilerinin altında olduğu söylenebilir. Algılama-beklenti arasındaki farklılığa faktörler itibarıyla bakıldığında t-değeri en yüksek olan faktör, fiziksel varlıklara ( $t=-16,83$ ) ilişkin faktördür. Bunu sırasıyla, müşteri odaklılık ve empati ( $t= -11,39$ ), eğitim ( $t= -10,86$ ), güvenilirlik ( $t= -9,73$ ), organizasyon becerisi ( $t= -7,95$ ), güvence ve saygı ( $t= -6,60$ ) ve ulaşılabilirlik ( $t=-2,52$ ) faktörleri izlemektedir. Hizmet kalitesi farklılığına en fazla katkı yapan değişkenlerden ilk beşi aşağıdaki gibi sıralanmıştır. Bu değişkenlerin de fiziksel varlıklar boyutunda yer aldıkları dikkati çekmektedir.

- \* d1: Kursun fiziki ortamının modern görünümlü olması
- \* d3: Kursun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması
- \* d6: Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olması
- \* d5: Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması
- \* d2: Kurs binasının görsel olarak çekici olması

Tablodan da anlaşılacağı üzere bütün beklentilerin ortalamaları algı ortalamalarından yüksektir. Buna faktörler itibarıyla genel algı (ortalama=4,42; standart sapma= 0,50) ortalaması ile genel beklenti (ortalama= 4,73; standart sapma= 0,31) ortalaması da dahildir. Bu değerlere göre yapılan t testi sonucunda  $t= -12,73$  ve anlamlılık 0,00 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre eğitim hizmetini alanların beklentilerinin karşılanamadığını ve bir memnuniyetsizliğin olduğunu söylemek mümkündür.

#### 5.4. Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleri ile Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Diğer bir ifadeyle; 2. Hipotez test edilmiştir. Hipotez şu şekildedir:

- \*  $H_0$ : Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- \*  $H_1$ : Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.



Bu hipotezde incelenecek sosyo-demografik değişkenler daha önce de belirtildiği üzere; gelir durumu ve cinsiyettir. Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı Kendall Korelasyon (parametrik ve nonparametrik verilere uygulanabilir olmasından) Analizi ile incelenmiştir.

**Tablo 10. Algılanan Hizmet Kalitesi ile Gelir Durumu Arasındaki İlişki**

Gelir Durumu	Algılanan Hizmet Kalitesi	
	Korelasyon Katsayısı	0,002
Anlamlılık Düzeyi (Çift Taraflı)	0,960	

Tablo 10'da da görüldüğü gibi; algılanan hizmet kalitesi ile gelir durumu arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu durumda  $H_0$  kabul,  $H_1$  red edilmektedir.

**Tablo 11. Algılanan Hizmet Kalitesi ile Cinsiyet Arasındaki İlişki**

Cinsiyet	Algılanan Hizmet Kalitesi	
	Korelasyon Katsayısı	-0,012
Anlamlılık Düzeyi (Çift Taraflı)	0,806	

Tablo 11'de de görüldüğü gibi; algılanan hizmet kalitesi ile cinsiyet arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu durumda  $H_0$  kabul,  $H_1$  red edilmektedir. Hizmet kalitesi ile gelir ve cinsiyet değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

### 5.5. Öğrencilerin Genel Memnuniyet Düzeyleri İle Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Araştırmaya katılan öğrencilerin hiçbiri eğitim hizmetlerinden hiç memnun değilim seçeneğini işaretlememiştir. Memnun değilim diyenlerin oranı %1'dir. Memnuniyet konusunda kararsız kalanların sayısı ise; %13,2'dir. Cevaplayıcıların %50,5'i memnun olduğunu, %35,4'ü ise çok memnun olduğunu belirtmiştir.

Bu bölümde araştırmaya katılan öğrencilerin genel memnuniyet düzeyleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Diğer bir ifadeyle; 3. Hipotez test edilmiştir. Hipotez şu şekildedir:

\*  $H_0$ : Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

\*  $H_1$ : Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**Tablo 12. Algılanan Hizmet Kalitesi İle Genel Memnuniyet Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

Genel Memnuniyet Düzeyi	Algılanan Hizmet Kalitesi	
	Korelasyon Katsayısı	0,594
Anlamlılık Düzeyi (Çift Taraflı)	0,000	

Tablo 12'deki Pearson Korelasyon (genel memnuniyet ve algılanan hizmet kalitesi aralıklı ölçekle ölçüldüğünden) analizine göre; algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyi arasında  $\alpha = 0,01$  anlamlılık düzeyinde pozitif yönde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Öğrencilerin algı-

ladıkları hizmet kalitesi arttıkça genel memnuniyet düzeyleri de artmaktadır ya da algıladıkları hizmet kalitesi düştükçe genel memnuniyet düzeyleri de düşmektedir. Dolayısıyla; 3. Hipoteze ait,  $H_0$  red,  $H_1$  kabul edilmektedir. Bu sonuca göre algılanan hizmet kalitesine yönelik yapılacak olan iyileştirmeler öğrencilerin genel memnuniyet düzeylerine de olumlu olarak yansıtacaktır.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hizmetlerin somut ürünlerden farklı olması, diğer bir deyişle, hizmetlerin soyut, değişken, stoklanamaz ve ayrılmaz oluşu, hizmet kalitesi ölçümlerini güçleştirmektedir. Fakat bir hizmet işletmesi, her ne olursa olsun müşteri tarafından nasıl değerlendirildiğini bilmelidir. Bu sebeple de hizmet kalitesini ölçmek zorundadır (Altan vd, 2003, s.2). Hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan en yaygın modellerden biri Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL modelidir. Model, müşterilerin algılamaları ile beklentileri arasındaki farka dayanmaktadır. Algılama ve beklenti arasındaki fark algılanan hizmet kalitesini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın teorik kısmında da belirtildiği üzere, Parasuraman ve arkadaşlarının ortaya koyduğu SERVQUAL modelinde yer alan 22 değişkenin, hizmet türüne göre uyarlanması gerekmektedir. Bu sebeple, modelde yer alan 22 değişken eğitim hizmetlerine uyarlanmış ve değişken sayısı 33 olarak belirlenmiştir. Güvenilirlik analizi sonucu elde edilen 0,92 Cronbach Alpha değeri tanımlayıcı araştırmalar için arzu edilen 0,70 değerinin oldukça üzerindedir. Araştırmadan elde edilen yedi faktörün toplam açıklanan varyans değeri 0,59'dur. Bu değer de arzu edilen 0,50 değerinin üzerindedir. Ayrıca bu sonuçlar yapılacak diğer çalışmalarda bu ölçeğin eğitim ölçeği olarak kullanılabileceğini de göstermektedir.

Tablo 9'a bakıldığında, hiçbir t değerinin -1,96 ile +1,96 arasında olmadığı görülmektedir. Bu durumda birinci hipoteze ait tüm değişkenler için  $H_1$  hipotezi kabul edilmektedir. Dolayısıyla; öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Bütün t değerleri negatif çıktığına göre; öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin algılamalarının beklentilerinin altında olduğu söylenebilir. Algılama-beklenti arasındaki farklılığa faktörler itibariyle bakıldığında t-değeri en yüksek olan faktör, fiziksel varlıklara ( $t=-16,83$ ) ilişkin faktördür. Bunu sırasıyla, müşteri odaklılık ve empati ( $t= -11,39$ ), eğitim ( $t= -10,86$ ), güvenilirlik ( $t= -9,73$ ), organizasyon becerisi ( $t= -7,95$ ), güvence ve saygı ( $t= -6,60$ ), ulaşılabilirlik ( $t=-2,52$ ) faktörleri izlemektedir. Hizmet kalitesi farklılığına en fazla katkı yapan değişkenlerden ilk beşi, fiziksel varlıklara ilişkin faktörün altında yer alan değişkenlerdir.

Araştırma sonuçlarına göre bütün beklentilerin ortalamaları algılamalardan yüksektir. Buna faktörler itibariyle genel algı (ortalama=4,42; standart sapma= 0,50) ortalamaları ile genel beklenti (ortalama= 4,73; standart sapma= 0,31) ortalamaları da dahildir. Bu değerlere göre yapılan t testi sonucunda  $t= -12,73$  ve anlamlılık 0,00 olarak bulunmuştur. Araştırmaya katılanların eğitim hizmetlerine ilişkin beklentilerinin karşılanmadığını ve bir memnuniyetsizliğin olduğu bulunmuştur.

Araştırmada kullanılan SERVQUAL ölçeğinin algı ve beklenti ile ilgili maddeleri 5'li Likert ölçeği üzerinden değerlendirilmiştir. SERVQUAL Skoru = Algılama skoru - Beklenti skoru (Tan ve Kek, 2004, s.17) olarak belirlendiğinden, SERVQUAL skoru -4 ile +4 arasında değişmektedir. SERVQUAL skurunun pozitif olması, öğrenci beklentilerinin aşıldığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla; öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin kalite algısının yüksek olduğu yorumu yapılabilmektedir. SERVQUAL skurunun negatif olması durumunda ise öğrenci beklentilerinin karşılanmadığı ve dolayısıyla da öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin kalite algısının düşük olduğu söylenebilir. SERVQUAL skoru sıfır ise



algılanan hizmet kalitesinin tatminkar olduğu yani beklentilerin karşılandığı sonucu ortaya çıkacaktır. Diğer taraftan SERVQUAL skoru - 4'e yaklaşırsa öğrenci beklentileri hiç karşılanmamaktadır ya da +4'e yaklaşması durumunda ise öğrenci beklentilerinin yüksek düzeyde karşılandığı anlamına gelmektedir (Devebakan, 2005, s.46-47). Araştırmada her bir değişken ve faktör arasında negatif ve anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Bu negatif farklılık cevaplayıcıların eğitim hizmetine ilişkin algılamalarının beklentilere göre daha düşük bir değere sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle bu farkın fiziki varlıklara ait değişkenlerde daha çok öne çıktığı dikkat çekmektedir. Elde edilen t değerleri faktörlere göre incelendiğinde memnuniyetsizlik sırasıyla fiziksel varlıklar ( $t=-16,83$ ), müşteri odaklılık ve empati ( $t=-11,39$ ), eğitim ( $t=-10,86$ ), güvenilirlik ( $t=-9,73$ ), organizasyon becerisi ( $t=-7,95$ ), güvence ve saygı ( $t=-6,60$ ) ve ulaşılabilirlik ( $t=-2,52$ ) faktörlerinde öne çıkmaktadır. Buna faktörler itibarıyla genel algı (ortalama=4,42; standart sapma= 0,50) ortalamaları ile genel beklenti (ortalama= 4,73; standart sapma= 0,31) ortalamaları dahil edildiğinde elde edilen t değeri -12,73 ve anlamlılık düzeyi 0,00 şeklindedir. Bu sonuçlara göre genel algının genel beklentinin altında kaldığını ve bir memnuniyetsizliğin olduğunu kolaylıkla söyleyebiliriz.

Diğer bir hipotez olan; 2. hipotezde öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Sosyo-demografik faktörler olarak da gelir durumu ve cinsiyete bakılmıştır. 2. Hipotezin test edilmesi sonucunda ise; algılanan hizmet kalitesi ile gelir durumu ve öğrencilerin cinsiyetleri arasında  $\alpha = 0,05$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı ilişkiler bulunmamıştır. Hizmet kalitesi algılaması cinsiyet ve gelirden bağımsızdır.

Araştırmayla ilgili son hipotez olan, 3. hipotezin test edilmesi sonucunda ise; öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında  $\alpha = 0,01$  anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi arttıkça genel memnuniyet düzeyleri de artmaktadır ya da algıladıkları hizmet kalitesi düştükçe genel memnuniyet düzeyleri de düşmektedir. Dolayısıyla, algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre de hizmet kalitesi algılamasında yapılacak olan iyileştirmelerin araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin genel memnuniyet düzeylerinde olumlu bir karşılık bulabileceğini söylemek mümkündür. Ayrıca literatürde (Bloemer, Ruyter ve Peters 1998; Cronin, Brady ve Hult 2000; Sivadas ve Baker 2000; Boshoff ve Gray 2004; Coulthard 2004) hizmet kalitesinin memnuniyet ile ilişkisi olduğunu savunanlar gibi ikisi arasında bir ilişkinin olmadığını savunanlar da bulunmaktadır. Bu araştırma sonuçlarından görüleceği üzere eğitimde hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı belirlenmiştir. Bu durumda memnuniyeti artırmak için öncelikli olarak fiziki unsurlara hassasiyet gösterilmesi gerektiği açıktır. Bunu sırasıyla müşteri odaklılık ve empati, eğitim, güvenilirlik, organizasyon becerisi, güvence ve saygı ile ulaşılabilirlik faktörleri takip etmektedir. Eğitimde hizmet kalitesini artırmak için fiziksel varlıklara, öğrenci merkezli faaliyet göstermeye ve eğitim kalitesine özel hassasiyet gösterilmesi gerektiği açıktır. Eğitimin bel kemiğini oluşturan kaliteli öğretmenlerin istihdam edilmesi ve gerektiğinde yetiştirilmesi, öğrencilerin eğitimle ilgili sorunlarını anlamak için empati yapılması, öğrenciye her zaman saygılı olunması, eğitimin yapıldığı fiziksel ortamların her zaman temiz ve düzenli olması, eğitim organizasyonunun çok iyi yapılarak, derslerin vaktinde ve ders programlarına uygun olarak yapılmasını sağlamak hizmet kalitesi artırıcı etkileri olabilecek faaliyetler içerisinde sayılabilir. Ayrıca; çalışanların öğrencilerin beklentilerini karşılayabilecek bilgi ve tecrübeye sahip olmaları da gerekmektedir. Bütün bunlar eğitim hizmetinin kalitesini ve öğrencilerin memnuniyetini artıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Altan, Şenol, Atan, Murat ve Ediz, Ayşe (2003).** SERVQUAL Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama, 12. Ulusal Kalite Kongresi, KalDer-Türkiye Kalite Derneği Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, İstanbul, 13-15 Ekim, <http://muratatan.info/academic/bulletin/13.pdf> (erişim tarihi 29 Şubat 2008).
- Arıkboğa, Şebnem (2003).** Yüksek Öğretimde Toplam Kalite Yönetimi ve Bir Araştırma, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, Cilt: 53, Sayı: 2, s. 57-85
- Bloemer Josée, Ko De Ruyter ve Pascal Peeters (1998).** Investigating Drivers Of Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction, *International Journal of Bank Marketing*, 16/7, pp. 276-286
- Boshoff C. ve Gray B. (2004).** The Relationships Between Service Quality, Customer satisfaction and Buying Intentions in the Private Hospital Industry, *S.Afr.Journal of Business Management*, 35 (4), pp.27-37
- Brady, Michael K., J. Joseph Cronin Jr. (2001).** Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, *Journal of Marketing*, Vol.65, July, pp. 34-49.
- Carman, James M. (1990).** Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions”, *Journal of Retailing*, Vol.66, No.1, Spring, pp. 33-55.
- Coulthard, L.J.M. (2004).** Measuring service quality A review and critique of research using SERVQUAL, *International Journal of Market Research*, Vol. 46 Quarter 4, 479-497.
- Cronin, J. Joseph, Jr. ve Taylor, Steven A. (1992).** Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, *Journal of Marketing*, Vol.56, July, pp. 55-68.
- Cronin, J. Joseph, Brady K. Michael ve Hult M.G. Tomas (2000).** Assessing The Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction and Consumer Behavioral Intentions in Service Environments, *Journal of Retailing*, Vol. 76(2), pp.193-218.
- Değermen, H. Anıl (2006).** Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini Ve Sadakati: *Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakatinin Sağlanması Ve GSM Sektöründe Bir Uygulama*, Türkmen Kitabevi, İstanbul
- Deming, W. Edwards (1998).** *Krizden Çıkış*, çev. Cem Akaş, İstanbul, Kalder Yayınları
- Devebakan, Nevzat (2005).** *Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçümü*, İzmir
- Efil, İsmail (2003).** *Toplam Kalite Yönetimi ve Toplam Kaliteye Ulaşmada Önemli Bir Araç*, 5. Baskı, İstanbul, Türkmen Kitabevi
- Ertuğrul, İrfan (2004).** *Toplam kalite Kontrol ve Teknikleri*, İstanbul, Ekin Kitabevi
- Hair Jr. Joseph, Anderson E. Rolph, Tatham L. Ronald ve Black C. William (1998).** *Multivariate Data Analysis with Readings*, Fifth Edition, Prentice-Hall International, Inc.,
- Ishikawa, Kaoru (1997).** *Toplam Kalite Kontrol*, İstanbul, Kalder Yayınları No. 7, 2. Baskı



- Juran, J. M. (1988).** *Juran's Quality Control Handbook*, 4th Edition, Ed. By Juran and Frank M. Gryna, Mc Graw Hill. Co., New York
- Odabaşı, Yavuz (2004).** *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*, 4. Baskı, İstanbul, Sistem Yayıncılık
- Kurtuluş, Kemal (1989).** *İşletmelerde Araştırma Yöntembilimi (Araştırma Yöntemleri)*, İstanbul, İşletme Fakültesi Yayın No: 210, İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın No:106
- Kurtuluş, Kemal (1998).** *Pazarlama Araştırmaları*, İstanbul, Genişletilmiş 6. Baskı, İşletme Fakültesi Yayın No: 274, İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın No: 406
- Öztürk, Sevgi Ayşe (2005).** *Hizmet Pazarlaması*, Ekin Kitabevi, 5. Baskı, Ankara
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A. ve Berry, Leonard L. (1985).** A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol.49, Fall, pp. 41-50.
- Resmi Gazete**, tarih, 22/07/2005; sayı 25883.
- Sivadas E. ve Baker.P. Jamie (2000).** An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Store Loyalty, *International Journal of Retailing&Distribution Management*, Vol.28, Number 2, pp. 73-82
- Tan, Kay C. ve Kek Sei W. (2004).** Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach, *Quality in Higher Education*, Vol. 10, No. 1, April, pp. 17-24
- Wright, Christine ve O'Neill Martin (2002).** Service Quality Evaluation in the Higher Education Sector: An Empirical Investigation of Students' Perceptions, *Higher Education Research & Development*, Vol. 21, No. 1, pp. 23-39
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A, ve Berry, Leonard L. (1990).** *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York

## İNTERNET KAYNAKLARI

Anadolu Üniversitesi, <http://www.anadolu.edu.tr> (erişim tarihi 13 Şubat 2007)