

Farklı Okullarda Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Beklenti Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi (Analysis Of Expectation Levels Of University Students Enrolled In Different Schools According To Some Variables)

Pınar KÖSEOĞLU^a, Gökhan AKSU^a, Özel SEBETCİ^a

^aAdnan Menderes University, Aydın Vocational College, Department of Marketing and External Trade, 09100, Aydın / Turkey

Anahtar Kelimeler

Hizmet kalitesi
Müşteri memnuniyeti
Dinesery

Özet

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin aldıkları yemek hizmetinden beklentilerinin işletmeci firma tarafından ne düzeyde karşılandığı, beklenti ve algıları arasında bir fark olup olmadığı ve toplam beklenti düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan anket Adnan Menderes Üniversitesinde farklı bölümlerde öğrenim gören rastgele seçilmiş 336 öğrenciye uygulanmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistikler (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır. Hipotez testlerinin analizinde ise bağımsız örneklem t-testi, varyans analizi ve Kruskal Vallis H Testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin yemek hizmetine ilişkin algıları işletmeci tarafından anlayış boyutu dışında diğer tüm boyutlarda karşılanmaktadır. Öğrencilerin alınan hizmete ilişkin beklentileri cinsiyet, öğrenim görülen okul türü ve yemek yeme sıklığına göre anlamlı bir farklılık olmamasına rağmen işletmeyle ilgili şikayetçi olma ve bu şikayetleri iletim kanalı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır.

Key Words

Service Quality
Customer satisfaction
Dinesery

Abstract

Despite that tourism supports many countries' economy, tourism industry has a sensitive and fragile structure due to wars, terror, robbery, social and political crisis. This damaged fragile structure as a result of political instabilities impair investment and interrupt economic progress. During the survey valid data obtained from 770 participants and these data analyzed in terms of percentage, frequency, t-Test, ANOVA and Tukey HSD. According to the findings local tourists paid more importance than the foreign tourist because of the political instability. While female tourists paid more importance relatively to the male tourists in the context of political instabilities. Also correlation detected between increased educational level and paid importance to the political instability. According to the analyses nationality does not affect destination choice process while political instabilities exist. Finally between income and paid importance to the political instabilities there is a linear correlation was detected.

GİRİŞ

Günümüzde yaşanan küreselleşmenin de etkisiyle müşterilerin almak istedikleri ürün veya hizmetlere yönelik olarak alternatifleri artmıştır. Aynı ürün veya hizmeti alabilecekleri pek çok sayıda işletme bulunmaktadır. Bir işletmenin ürün veya hizmetini diğer işletmeden ayıran farklılıkların başında da kalite gelmektedir. Kaliteli ürün ve hizmet sunan işletmeler ticari hayatta başarılı olabilmekte, müşteriler tarafından tercih edilmekte iken, ürün ve hizmet kalitesini müşteri beklentilerini yanıt verecek şekilde geliştirmeyenler ise zaman içerisinde piyasadan kaybolmaya mahkûm olmaktadır. Diğer bir ifade ile başarılı bir ürün ve hizmet sunumunun temelinde yatan en önemli unsurlardan birisi kalitedir. Kalite konusunda otorite olarak algılanan araştırmacılar da kaliteyi farklı şekillerde tanımlamışlardır. Juran, kaliteyi “kullanıma uygunluk” olarak; Parasuraman kaliteyi “müşteri beklentilerinin giderilmesi” olarak; Crosby, “ihtiyaca uygunluk” olarak tanımlamıştır. Kaliteyi, bir ürün ya da hizmetin değeri, eksikliklerden kaçınmak, müşteri beklentilerini karşılamak veya beklentilerin ilerisine geçmek olarak açıklayan tanımlara da rastlamak mümkündür (Avcı ve Sayılır, 2006:123). Kısaca kalite için standartlara uygunluk denilebilir. Başlangıçta sadece ürünler için düşünülmüş olan kalite kavramı zaman içerisinde hizmetleri içinde alacak şekilde genişlemiştir. Hizmet sektöründe öne çıkması gereken soru, herhangi bir hizmet bakımından potansiyel müşterinin beklentilerinin neler olabileceği ve kendisine verilmiş olan hizmeti nasıl değerlendirdiğinin araştırılmasıdır. Bunun için de kalitenin belirlenmesi bakımından müşterinin, hizmetin yarar sağlayan öğeleri karşısındaki tutumuyla, hizmetin gerçekte verdiklerinin, bir arada ele alınmaları gerekli görülmüştür (Yüksel ve Memord, 2004:193).

Hizmet sektöründe kalite; fiziksel ortam, yeterli materyal ve malzemeye sahip olma gibi fiziksel ve dokunulabilir özelliklerle ilgilidir. Ancak sunulan çıktılar soyut bir ürün özelliğindedir, tüketicilere yarar sağlanılır ve bir performans beklenir. Hizmetlerin sunumunda, hizmeti sunan personelin yeteneği, bilgisi ve o andaki durumu önemli olması nedeniyle, hizmet kalitesinin ölçümü soyut ve subjektif bir yargı kararının sonucu olarak belirlenmektedir (Gürbüz ve Ergülen, 2006:174). Müşterinin bir ürün ya da hizmeti satın aldıktan sonra hissettiği neticelerin, şahsi beklentileri ile karşılaştırılması sonucunda duyduğu memnuniyet ve hayal kırıklığı hisleri müşterinin tatmin olup olmadığını gösterir (Kotler, 2000: 36). Kalite gerçek ve algılanan kalite olarak ikiye ayırmaktadır. Gerçek kalite, bir ürün veya hizmetin gerekli şartlara uyması veya işletmenin hedeflerine ulaşmasıdır. Algılanan kalite, müşterinin beklediği kaliteyi almasıdır. Müşteri ürün veya hizmeti kendi açısından yetersiz bulursa, algılanan kalite düşük kalitedir (Hacıfendioglu ve Koç, 2009: 147-148). Benzer şekilde; hizmet kalitesi konusunda yapılan diğer bir ayırım ise algılanan kalite, beklenen kalite ayırımıdır. Beklenen hizmet kalitesi, müşterilerin kendilerine yönelik sunulacak olan bir hizmete dair beklentileri ve memnun kalabilmeleri için o hizmete yönelik olarak istenen özelliklerdir olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2007: 26). Zeithaml 1990 algılanan hizmet kalitesini, “müşterinin, bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel bir

yargısı olarak” tanımlamaktadır. Ghobadian’a 1994 göre ise algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmetin kalitesine yönelik sevgilerdir ve müşterilerin tatmin derecesini büyük ölçüde belirlemektedir (Devebakan, 2005: 9). Algılanan hizmet kalitesi; müşterinin hizmeti almadan önceki beklentileri ile gerçek hizmeti algıladıktan sonra deneyimin karşılaştırılması ile meydana gelmektedir. Eğer müşterilerin beklentileri karşılanmışsa memnuniyet, müşteri beklentileri karşılanmamışsa memnuniyetsizliğin söz konusu olmaktadır (Parasuraman Zeithaml ve Berry, 1985: 46). Beklenen hizmetin, algılanan hizmete eşit olması durumunda ise algılanan kalitenin tatmin edici olacağını, müşteriler tarafından algılanan kalitenin ideal kalite olarak kabul edilmesi için ise; beklenen hizmetin algılanan hizmetin kalitesinden düşük olması gerekmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Bery, 1985: 48-49). Hizmet kalitesini tanımlamak ne kadar zor olursa olsun, önemli olan kalitenin üretici-satıcı tarafından değil, tüketici tarafından belirlendiği ya da tanımlandığı gerçeğidir (Gürbüz ve Ergülen, 2006: 35). Kaliteli hizmet daha fazla müşteri memnuniyeti, müşteri beklentilerini aşmak, kar, maliyetlerin azaltılması, iyi bir kurumsal görüntü gerektirir (Roses vd, 2004:877). Örneğin bir yemekhanede görevli aşçı yaptığı yemekleri çok beğeniyor olabilir, ama tüketici yediği yemeği beğenmediyse, o hizmetin kalitesi kötü demektir. Önemli olan tüketicinin yemek hakkında ne düşündüğüdür.

Hizmet Kalitesinin Boyutları

Müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirirken, yapılan araştırmalarda en çok kabul gören boyutlar Parasuraman, Zeithaml ve Berry’nin araştırmaları ile elde edilmiştir. SERVQUAL modeli konaklama hizmetleri, araç servisi, bankacılık, bireysel bankacılık ve hastaneler dahil olmak üzere birçok sektörde hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan bir yöntemdir (Kitcharoen,2004:20). Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) araştırmalarında hizmet sektöründeki yöneticiler ve müşterilere göre hizmet kalitesinin temel boyutları, müşteri algılarındaki farklılıklar, yüksek kaliteli hizmetlerin sunumu sırasındaki sorunlar gibi sorulara yanıt bulmaya çalışmışlardır. Sorulara alınan yanıtlar derlendirilmiş ve hizmet kalitesini belirleyen on boyut belirlenmiş ve bunlara hizmet kalitesinin boyutları adı verilmiştir. Bu boyutlar, güvenilirlik, karşılık verebilmek, yeterlilik, ulaşılabilirlik veya erişilebilirlik, saygı, iletişim, inanılabilirlik, güvenlik, müşteriye anlamak ve fiziksel varlıklardır. 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 (Okumuş ve Duygun, 2008: 19). Buna göre; Somut özellikler, güvenilirlik ve karşılık verebilmek boyutları korunmuş, yetenek, nezaket, inanılabilirlik ve güvenlik boyutları yeterlilik boyutu içinde; ulaşılabilirlik, iletişim ve müşteriye anlama boyutu ise empati boyutu içerisinde yer almıştır (Saat 2003: 11). Bu boyutlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Eleren, Bektaş ve Görmüş, 2007:78):

Fiziksel Özellikler: İşletmenin hizmet sunumundaki bina, araç-gereç ve personel görünümü,

Güvenirlilik: Söz verilen bir hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği,

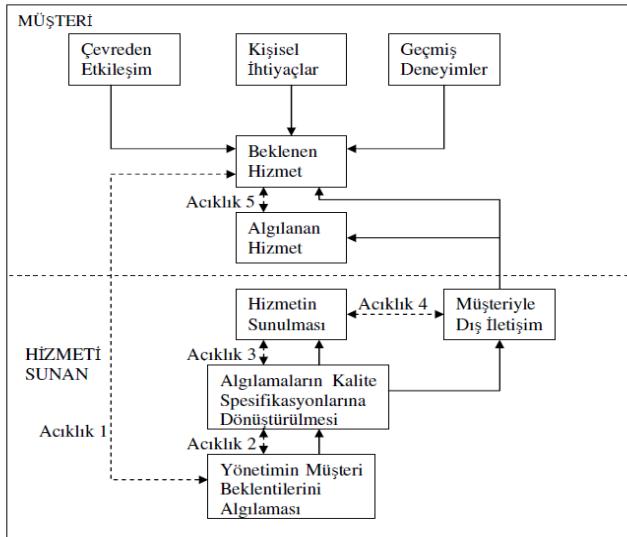
Heveslilik: Müşteriye yardım etme ve hızlı hizmet verme istekliliği,

Güven: Çalışanların bilgili ve nazik olmaları ve müşterilere güven duygusu uyandırabilme becerileri,

Empati (Empathy): Çalışanların kendilerini müşterilerin yerine koyması ve müşterilere kişisel ilgi göstermesidir.

Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Modeller ve DİNESERV

Hizmet kalitesi ölçülmesinde birçok yöntem kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden başlıcaları Toplam Kalite Endeksi, SERVQUAL, SERVPERF diyebiliriz. (Eleren, Bektaş ve Görmüş, 2007:78) Bu yöntemler içerisinde Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1983-1995 yılları arasında geliştirilen GAP Modeli ve buna bağlı olarak oluşturulan SERVQUAL Hizmet Kalitesi ölçeği en çok kabul gören, en çok uygulanan çalışma olmuştur. (Alakavuk, 2007:330). SERVQUAL modeli, fark analizi, boşluk veya açıklık modeli olarak da bilinmektedir. SERVQUAL modeline göre algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmeti sunan işletmeden beklentileri ile bu işletmenin performansından algıladıkları arasındaki farka dayanır. Model iki ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım olan beklentiler bölümünde, müşterilerin hizmetle ilgili genel beklentilerini ölçmeye yarayacak müşteri değer yargılarına göre belirlenen değişkenler bulunmaktadır (Değermen, 2006; s.38). Modelin ikinci kısmı olan algılamalar bölümünde hizmet işletmelerinde müşteri algılamalarını ölçecek değişkenler karşılaştırılmaktadır. Sonuç olarak hizmet beklentileri karşılıyor veya beklentilerin üstünde ise hizmetin kaliteli olduğunu, hizmet beklentilerin altında ise memnuniyetsizlik hissini söz konusu olduğunu söylenebilir (Okumuş ve Duygun, 2008: 20). Modelde, müşterinin algıladığı hizmet kalitesinin, bir hizmet işletmesinde meydana gelen dört açıklık tarafından etkilendiği belirtilmektedir.



Şekil 1. Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli

(Kaynak: Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985: 44)

Şekil 1’de görülen söz konusu dört açıklık şunlardır (Zeithaml, Bery ve Parasuraman 1988; 36):

Açıklık 1: Müşterilerin beklentileriyle yönetimin müşteri beklentilerini algılamaları arasındaki açıklıktır. Yönetimin müşterilerin kalite beklentilerini tam ve doğru olarak algılayamamasından kaynaklanmaktadır.

Açıklık 2: Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile bunların kalite kriterlerine dönüştürülmesi arasındaki açıklıktır.

Açıklık 3: Kalite kriterleri ile hizmet sunumu arasındaki açıklıktır. Bir hizmet işletmesinde çalışanların tümünden aynı performansı beklemek ve bunu standartlaştırmak her zaman mümkün olmayabilir. Bunun için kalite kriterleri çok karmaşık olmamalı, tüm çalışanlar tarafından benimsenmeli ve örgüt kültürüne uygun olmalıdır.

Açıklık 4: Müşteriye verilen hizmet ile müşterinin onun hakkında ne bildiği arasındaki açıklıktır. Bu açıklığın az olması veya hiç oluşmaması için müşteri ile iletişimde vaat edilenlerin gerçek hizmette verilmesi gerekir.

Açıklık 5: Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki açıklıktır.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry yukarıda kısaca açıklanan dört boşluğun, SERVQUAL modelinin temelini oluşturan beşinci boşluğu meydana getiren başlıca nedenler olarak göstermiştir. Bu boşluk olumlu olduğunda yani algılanan hizmet beklenen hizmete eşit veya beklenen hizmeti aştığı durumlarda kaliteden söz edilebilir. Algılanan hizmetin beklentilerin altında olması ise kalitesizliğe yol açmaktadır (Bulgan ve Gürdal, 2005: 242).

SERVQUAL ölçeği model alınarak yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik olarak Stevens, Knutson ve Patton (1996) tarafından Yiyecek içecek işletmelerinde müşterilere sunulan hizmetin kalitesinin ölçümü, belirlenmesi ve yönetilmesine yardımcı olacak şekilde DİNESERV ölçüm modeli geliştirilmiştir (Kılıç ve Eleren, 2007: 103). İlk olarak 600 kişinin katıldığı araştırmayla DİNESERV hızlı yemek restoranlar, sıradan restoranlar ve lüks restoranlarda yapılan araştırmada kullanılmıştır. İlk araştırmada kullanılan 40 önerme 39 önermeye birleştirilerek düşürülmüş, ardından bu 39 önerme 31 önermeye ve sonrasında 29 önermeye düşürülerek DİNESERV ölçeği son şeklini almıştır. Bu önermelerin on tanesi fiziksel özellikler, beş tanesi güvenilirlik, üç tanesi heveslilik, altı tanesi güven ve son beş tanesi empati öğelerine ait önermeleri içermektedir (Stevens, Knutson ve Patton, 1995). DİNESERV ölçeğinde yer alan boyutlar ve ne anlama geldikleri Kim, Nee ve Woo (2009) tarafından aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

Güvenilirlik: Hizmeti gerçekleştirirken doğru sözlü ve yetenekli olmak

Güven: Çalışanların bilgi ve becerilerine güvenmek

Fiziksel Özellikler: Fiziksel özellikler, ekipman ve personelin görünümü

Heveslilik: Hızlı servis yapmak ve müşterilere yardımda gönüllü olmak

Empati: Bireyselleştirilmiş dikkat ve ilgi

Ölçek son halini aldıktan sonra yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerin kalitesini ölçmede kullanılmıştır. Dineserv Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ile zincir fast food işletmelerinin karşılaştırmalı olarak hizmet kalitesi ölçümü için Tayvan'da zincir franchise işletmelerin müşterilerine yapılan araştırma sonuçlarına bakıldığında ise genel hizmet kalitesini sıcak ve samimi bir ortam, hijyen, hizmette gösterilen titizlik, konfor, işletmenin görünümü, uygunluk ve iç dizayn olmak üzere yedi faktörün etkilediği görülmüştür (Kılıç ve Eleren, 2009: 103). Kim vd. (2009) yapmış oldukları çalışmalarında üniversite yerleşim alanında restoran hizmeti nasıl olmalıdır, sorusunu temel almışlardır. Çalışmanın son bulmasıyla, değişik yemek seçenekleri, değişik tarzlara sahip restoranların olması gerekliliği sonucuna varılmıştır. Türkiye'de ise Biçiçi ve Hançer (2008) DİNESERV ölçeğini kullandıkları çalışmalarında üniversite öğrencilerinin yiyecek içecek işletmelerindeki hizmet kalitesiyle ilgili beklenti düzeylerinin çeşitli nedenlerle farklılık gösterip göstermediğini araştırmak ve yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan hizmetlerin kalite ölçümünü yapmayı amaçlamışlardır. Araştırmalarının sonucunda; öğrencilerin hizmetlerini satın aldıkları yiyecek-içecek işletmelerindeki beklentilerinin karşılanmadığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrenci beklentilerinin, yiyecek-içecek işletmelerinin tipine ve öğrencilerin buldukları sınıfların düzeyine göre farklılık gösterdiği; ancak yemek yeme sıklığına, cinsiyete ve yiyecek-içecek işletmelerini tercih nedenlerine göre ise herhangi bir farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesinin müşteri tarafından nasıl algılandığı onların tatmini, bağlılığı, marka değeri ve karlılığı konusunda önemli bir etkiye sahip olduğu için, hizmet yöneticileri ve araştırmacılar açısından oldukça önemlidir. Uygulayıcılar servis kalitesindeki ölçme araçlarının doğru olmasını isterler. Çünkü, sonuçları iyi yorumlanabilen bir hizmet kalitesi ölçümü, rekabet avantajı elde edebilmek için ve kaliteyi geliştirmek için yeni yöntemlerin uygulanmasına imkan sağlar (Phommavong ve Khanopet, 2012: 80). Bu araştırma, üniversitelerin bulunduğu bölgede gıda sektörünün canlanması için yapılmıştır. Üniversite yemekhanelerinde sunulan yemek ve hizmet kalitesinin ölçümünün önemi vurgulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin almış oldukları yemek hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için sürekli ölçümlerin yapılması gerekliliğinin önemi üzerinde durulmuştur. Bu çalışma, yemekhane hizmet kalitesinin ölçümünün önemi konusunda literatüre katkı sağlayacaktır.

YÖNTEM

Evren, Örneklem ve Veri Toplama Aracı

Bu çalışmanın evrenini Aydın ili Adnan Menderes Üniversitesinde öğrenim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini üniversite merkez yemekhanesinde yemek hizmeti satın alan öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerden yemekhane çıkışında tamamen kendi istekleri doğrultusunda doldurmak istedikleri anket soruları dağıtılmış ve bu anketleri tamamlayan toplam 337 anket araştırma kapsamında veri olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bu değere örneklem sayısının %95 güven aralığında yeterli olduğu kabul edilmiştir

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma farklı fakültelerde ve yüksekokullarda öğrenim gören öğrencilerin kendi okullarındaki yiyecek-içecek işletmelerindeki hizmet kalitesi ile ilgili beklentilerini, bu beklentilerin algılanma düzeylerini, beklenen düzey ile algılanan düzeylerin bazı demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık yaratıp yaratmadığının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda Aigbedo ve Parameswaran çalışmasında kullandıkları veri toplama aracı esas alınarak hazırlanan anket öğrencilere uygulanmıştır. Aigbedo ve Parameswaran Servqual yöntemini esas alarak yiyecek-içecek sektöründeki hizmetin kalitesini ölçmeyi planlamışlardır. Yapılan çalışmada hizmet kalitesi beklenti ve algılama düzeyleri ile ilgili toplam 29 maddeden oluşan ve 5 boyuta sahip ölçme aracı, araştırma kapsamında çalışmayan sorular anketten çıkarılmıştır. Güvenirlik analizi sonrasında ankette çalışmayan soruların belirlenmesinin ardından bu soruların neden düşük güvenirlik katsayısına sahip olduğunu belirlemek amacıyla soruların tekrar analizi yapılmış ve nihai anketin 20 maddeden oluştuğuna karar verilmiştir. Yapılan düzeltmeler sonucunda ise 1., 2., 6., 7., 8., ve 11. sorular fiziksel varlıklar boyutunda; 10., 12., 14., 15., ve 16. sorular güven boyutunda; 17., 18., 19., ve 20. sorular anlayış (empati) boyutunda; 3., 4., 5. sorular güvenirlik boyutunda; 9. ve 13. soruların ise heveslilik boyutunda olduğu belirlenmiştir. Türkçe uyarlaması Biçiçi ve Hançer (2008) tarafından yapılan anket formunun birinci bölümünde araştırmaya katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 9 farklı soru yer almaktadır. Bu bölümde cinsiyet, yaş, okul türü, sınıfı, yemekhaneye en çok hangi gün gittiği, yemekhane haftada kaç kez yemek yediği, yemekhane hizmetiyle ilgili şikayet durumu ve varsa şikayetlerin hangi kanaldan iletildiğine ilişkin kapalı uçlu sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise 5'li likert tipinde düzenlenmiş ve katılımcıların her bir soru cümlesinde yer alan ifadeye katılım düzeyini belirleyen sorular bulunmaktadır. Yemekhane hizmet kalitesinin ölçümünde yer alan sorular anketin ortasında, soruların sol tarafında yemekhaneyi kullanmadan önceki beklenti düzeyleri ve soruların sağ tarafında yemekhaneyi kullandıktan sonraki algı düzeylerini belirlemek amacıyla 5'li likert tarzındaki katılım ifadeleri yer almaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili beklentilerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği ve genel beklenti düzeyleri ile algılama düzeyleri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla kurulan şu hipotezler incelenmiştir.

H1: Hizmet kalitesinin tüm boyutlarında öğrencilerin beklentileri işletmeci tarafından karşılanmaktadır.

H2: Öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeyleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

H3: Öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeyleri öğrenim gördüğü okul türüne değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

H4: Öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeyleri yemek yeme sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

H5: Öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeyleri hizmetle ilgili şikayetçi olma değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

H6: Öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeyleri hizmetle ilgili şikayetlerin iletim şekline göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında öğrencilere yemekhane çıkışında dağıtılan toplam 400 anketten 336'sı doğru olarak cevaplanmış ve araştırma kapsamında uygulanan analizlerde kullanılmıştır. Veri toplama araçları ile elde edilen veriler SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Sciences) paket programıyla test edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin yiyecek-içecek firmasıyla ilgili beklentileri ve bu beklentiler ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farkın belirlenebilmesi amacıyla algılanan hizmet puanlarından beklenen hizmet puanlarının çıkarılmasıyla hizmet kalitesi puanı elde edilmiştir (Parasuruman, Zeithmal and Berry, 1985). Parasuruman ve diğerleri ortaya çıkan bu farkın işletmelerde ortaya çıkan ve müşterilerin algılamalarını etkileyen diğer farkların bir fonksiyonu olarak ifade edilebileceğini belirtmektedirler. Araştırmada ayrıca oluşturulan hipotezlerin test edilmesine yönelik bağımsız örneklem t-testi (independent sample t-test), eşleştirilmiş örneklem t-testi (paired sample t-test), tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Büyüköztürk (2010, s.126) faktör analizinde kullanılan verilerin analiz için uygunluğunun ve geçerliliğinin belirlenmesinde kullanılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test oranının .60'ın üzerinde olması veri setinin faktör analizine uygun olduğunu belirtmektedir. Benzer faktör analizi çalışmalarında bu değer in alanda çalışma yapan araştırmacılar tarafından kabul edildiği görülmektedir (Gürbüz ve Ergülen, 2006). Gerçekleştirilen araştırma için bu değer .83 olarak saptanmıştır. Beklenti ve algılama ortalamalarının test edilmesi için uygun analiz türünün belirlenmesinde verilerin normallik ve homojenlik varsayımlarını doğrulması gerekir (Büyüköztürk, 2010). Beklenti ve algılama toplam puanlarının ortalamalarının normalliği Kolmogorov-Smirnov testi (K-S test) ile belirlenen $p > .05$ değeri elde edilmiş ve analizlerde parametrik test yöntemleri uygulanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Aşağıdaki Tablo.1'de araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü okul türü, sınıfı, en çok hangi gün yemek yediği, haftada kaç kez yemek yediği, yemek hizmeti ile ilgili şikayet durumu ve bu şikayeti hangi kanaldan iletildiğine ilişkin özet bilgiler görülmektedir.

Tablo. 1 Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%		
Cinsiyet	Kadın	71	50,9	Pazartesi	11	5,5	
	Erkek	65	49,1	Salı	9	8,4	
Yaş	17-22 arası	41	42,0	Yemekhane de en çok yemek yediği gün	Çarşamba	7	1,8
	23-27 arası	05	31,3		Perşembe	9	22,0
	28-32 arası	0	26,8		Cuma	7	2,2
Öğrenim gördüğü okul	Tıp Fakülte ..	7	25,9	Hizmetten şikayetçi oldunuz mu?	Evet	2	10,2
	Eğitim Fakülte ..	9	26,5		Hayır	82	89,8
	Fen Edebiyat ..	21	36,0		Personele sözlü olarak	1	9,2
	Aydın MYO	9	11,6		Sorumluya sözlü olarak	1	9,2
	1. Sınıf	24	36,9		e-posta ile	5	4,5
Sınıf	2. Sınıf	01	30,1	Hizmet ile ilgili şikayeti hangi kanaldan yönetime iletildiği	Şikayet kutusu ile	6	4,8
	3. Sınıf	11	33,0		Dilekçeyle üst makama	0	0,0
Haftada ortalama kaç kez yemek yediği	1-3 kez	1	27,1	İletmem	6	4,8	
	3-5 kez	45	72,9	İşaretleme yapılmamış	27	67,6	

Tablo 1.'de görüldüğü üzere, araştırmaya dahil olan 336 öğrencinin % 50,9'unun cinsiyeti kadın ve %49,1'inin cinsiyeti erkektir. Öğrencilerin yaş dağılımları incelendiğinde %42'sinin 17-22 yaş aralığında, %31,3'ünün 23-27 yaş aralığında ve %26,8'inin ise yaş aralığı 28-32 arasında yer almaktadır. Öğrenim görülen okullara göre dağılım incelendiğinde öğrencilerin %25,9'unun Tıp Fakültesinde, %26,5'inin Eğitim Fakültesinde, %36'sının Fen-Edebiyat Fakültesinde ve %11,6'sının Aydın Meslek Yüksekokulunda öğrenim gördüğü tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %36,9'unun 1.sınıf öğrencisi, %30,1'inin 2.sınıf öğrencisi ve %33'ünün 3.sınıf öğrencisi olduğu tesit edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin %27,1'inin haftada 1-3 kez ve %72,9'unun 3-5 kez yemek yediği belirlenmiştir. Araştırmaya dahil olan öğrencilerin %35,5'inin pazartesi, %28,4'ünün salı, %11,8'inin çarşamba, %22'sinin perşembe ve %2,2'sinin cuma günü yemekhane de yemek yedikleri belirlenmiştir. Araştırmada öğrencilerin %10,2'sinin aldıkları hizmetten şikayetçi olduğu, %89,8'inin ise alınan hizmetten herhangi bir şikayetlerinin olmadığı tespit edilmiştir. Alınan hizmet ile ilgili şikayetlerin %9,2'si personele sözlü olarak, %9,2'si sorumlu personele sözlü olarak, %4,5'i e-posta ile, %4,8'i şikayet kutuları ile, %4,8'i şikayetleri yetkililere ve üst makama iletmediğini ve araştırmaya katılan öğrencilerin

%67,6'sı bu soruyla ilgili alana hiçbir işaretlemeye bulunmamışlardır.

Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Faktör Analizi

Faktör analizi birbiri ile ilişkili veri yapılarını birbirinden bağımsız ve daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek amacıyla bir oluşumu ya da olayı açıkladıkları varsayılan değişkenleri gruplayarak ortak faktörleri ortaya koymak amacıyla uygulanan yöntemin adıdır (Özdamar, 2002). Bir başka ifade ile çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir şekilde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türüdür (Kurtuluş, 1985). Araştırmada 20 değişkenden oluşan hizmet kalitesinin ölçümünü amaçlayan ölçeğin hangi faktörler altında toplandığını belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve Barlett test sonuçları Tablo 2.'de görülmektedir.

Tablo. 2 KMO ve Barlett Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin		.863
	Yaklaşık	6169,80
Bartlett's Test of Sphericity	df	336
	Anlamlılık	.000

Tablo 2.'ye göre yapılan test sonucunda elde edilen KMO değeri bize örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu, başka bir deyişle elde edilen .863 değeri faktör analizi yapmak için örneklemin uygun olduğunu belirtmektedir. Barlett's testinde çıkan ki-kare değeri 6169,80 ve anlamlılık değeri .000'dır. Bu sonuçlar ölçme aracında yer alan sorular için faktör analizi uygulanabileceğini göstermektedir. Faktör analizi sonucunda öz değeri 1'den büyük olan 5 faktör tespit edilmiştir ve bu sonuç alan yazında yapılan diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Biçici ve Hançer, 2008). Bu faktörler ve her bir maddenin faktör yük değerleri ile açıkladığı toplam varyans değerleri Tablo 3.'te özetlenmiştir.

Tablo. 3 Hizmet Kalitesi ile İlgili Faktör Analizi Sonuçları

HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN SORULAR	Cronbach Alpha	Faktör Yükleri	Öz Değer (%)	Toplam Varyans (%)
Faktör 1 - Fiziksel Varlıklar	.910		21,362	21,362
Soru1		.753		
Soru2		.733		
Soru6		.694		
Soru7		.678		
Soru8		.637		
Soru11		.608		

Faktör 2 – Güven				
Soru10	.906	.853	18,694	40,056
Soru12		.812		
Soru14		.727		
Soru15		.530		
Soru16		.519		
Soru11		.502		
Faktör 3 – Anlayış				
Soru17	.881	.848	17,326	57,382
Soru18		.720		
Soru19		.551		
Soru20		.507		
Faktör 4 – Güvenirlilik				
Soru3	.816	.762	11,316	68,697
Soru4		.690		
Soru5		.571		
Faktör 5 – Heveslilik				
Soru9	.820	.727	10,382	79,079
Soru13		.681		
Toplam	.960		79,079	

Tablo 3.'de hizmet kalitesi anketinin boyutların her bir boyuta ait güvenirlilik katsayıları, soruların faktör yük değerleri, alt boyutların açıkladığı varyans ve açıklanan toplam varyans değerleri verilmiştir. Ayrıca, bu analizle ilgili değişkenleri gruplandırmak için 'Varimax Rotation'dan yararlanılmıştır. Analizde öz değeri (eigenvalue) 1'den büyük değerler dikkate alınmıştır. Faktör analizi sonuçları dikkatli bir şekilde incelenmiş ve daha sonra bu faktörlere ilişkin güvenirlilik analizi olarak cronbach alpha katsayıları hesaplanmıştır. Faktör analizinde benzer özellik gösteren değişkenler bir başlık altında toplanmıştır. Bu değerlere göre; fiziksel varlıklar boyutunun güvenirlilik katsayısının .910 olduğu ve 1., 2., 6., 7., 8. ve 11. sorulardan oluştuğu, güven boyutunun güvenirlilik katsayısı .906 olduğu ve 10., 12., 14., 15. ve 16. sorulardan oluştuğu, anlayış boyutunun güvenirlilik katsayısının .881 olduğu ve 17., 18., 19. ve 20. sorulardan oluştuğu, güvenirlilik boyutunun güvenirlilik katsayısının .816 ve 3., 4. ve 5. sorulardan oluştuğu, heveslilik boyutunun güvenirlilik katsayısının .820 olduğu ve 9 ile 10. sorulardan oluştuğu belirlenmiştir. Ölçeğin tamamının güvenirlilik katsayısı .960 olarak tespit edilmiş ve elde edilen bu değer ölçme aracının güvenilir olduğunu göstermektedir. Test maddeleri tarafından açıklanan toplam %79,08 varyans değeri arzu edilen .50 değerinin oldukça üzerindedir (Hair, Anderson, Tatham and Black, 1998).

Diğer İstatistiksel Analizler

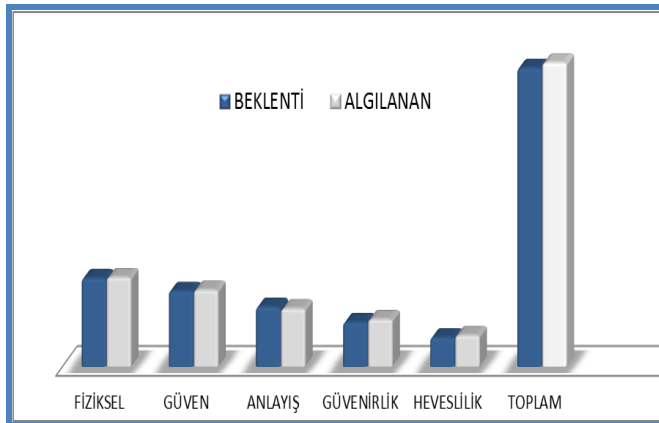
Bu bölümde gruplar arası ve genel olmak üzere ortalama puanların karşılaştırılması ile algılanan ve beklenen hizmet puanları arasındaki farklılıklar test edilmiş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir. Tablo 4.'te hizmet kalitesinin tüm

boyutlarında öğrencilerin beklentileri düzeyleri ile algılama düzeyleri arasında fark olup olmadığına bakılmıştır.

Tablo. 4 Öğrencilerin Yemekhane Hizmetlerine İlişkin Beklenti ve Algılama Düzeylerinin Karşılaştırılması

BOYUTLAR	BEKLENTİ					ALGILANAN					FARK
	N	MİN	MAK	ORT	SS	N	MİN	MAK	ORT	SS	
Fiziksel Varlık	336	10	30	21,59	5,19	336	12	30	21,83	3,58	-0,24
Güven	336	6	25	18,46	4,08	336	10	25	18,73	2,97	-0,27
Anlayış	336	6	20	14,57	3,49	336	6	20	14,16	3,42	0,41
Güvenirlilik	336	4	15	10,82	2,90	336	4	15	11,54	2,00	-0,72
Heveslilik	336	2	10	7,10	1,75	336	4	10	7,62	1,36	-0,52
TOPLAM	336	37	100	73,09	15,56	336	45	100	74,37	10,87	-1,28

Tablo 4.'te öğrencilerin aldıkları yemek hizmetlerinden beklentileri ve algıları arasında fark olup olmadığına bakılmış ve 5 boyut için denek sayısı, minimum, maksimum, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Buna göre, hizmetle ilgili fiziksel varlıklar boyutunda -0,24 puanlık bir fark, güven boyutunda -0,27 puanlık bir fark, anlayış boyutunda 0,41 puanlık bir fark, güvenirlilik boyutunda -0,72 puanlık bir fark, heveslilik boyutunda -0,52 puanlık bir fark ve toplam puanlarda ise -1,28 puanlık bir fark görülmektedir. Anlayış boyutu dışındaki tüm boyutlarda beklenen ve algılanan puanlar arasında oluşan fark işletmenin öğrencilerin beklentilerini karşıladığı şeklinde yorumlanabilir. Ancak anlayış boyutunda öğrencilerin beklenti puanları ortalaması (14,57) algılama puanları ortalamasından (14,16) daha yüksektir. Bu sonuç işletmenin öğrenci anlayışına ilişkin beklentilerini karşılayamadığı şeklinde yorumlanabilir. Hizmet kalitesi toplam puanları karşılaştırıldığında işletmenin öğrenci beklentilerini karşıladığı söylenebilir. Şekil 1.'de beklenti ve algılama düzeyleri sütun grafiği ile gösterilmiştir.



Şekil 1. Öğrencilerin Beklenti ve Algılama Düzeylerinin Karşılaştırılması

Öğrencilerin yemekhane hizmetine ilişkin algılamaları ve beklenti düzeyleri karşılaştırılması sonucunda işletmenin öğrenci beklentilerini karşıladığı sonucuna ulaşılmış ve 1. hipotez kabul edilmiştir.

Araştırmanın 2. hipotezinde öğrencilerin ortalama beklenti değerlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılığı test edilmiştir. Tablo 5.'te üniversitede yemek hizmeti alan kız ve erkek öğrencilerin toplam beklenti puanlarının ortalama değerleri analiz edilmiştir.

Tablo. 5 Öğrencilerin Beklenti Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılığı İçin t-testi

Cinsiyet	N	\bar{x}	ss	sd	t	P
Kadın	1	72	17	302	0,157	.876
Erkek	1	73	13			

Tablo 5.'e göre öğrencilerin beklenti düzeyleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t(302)=.157$, $p>.05$). Bu sonuca göre, beklenti düzeyleri ortalama puanları öğrencilerin cinsiyetine göre farklılık göstermediği söylenebilir. Dolayısıyla, araştırmanın 2. hipotezi kabul edilmektedir. Bu sonuca göre cinsiyetin beklenti düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle kız ve erkek öğrencilerin beklenti düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir. Elde edilen bu sonucun alan yazında yapılan çalışmalarla benzerlik gösterdiği belirlenmiştir (Biçici ve Hançer, 2008). Ancak Yanık ve Yılmaz (2011) tarafından yapılan çalışmada cinsiyetin yemekhaneden alınan hizmetin değerlendirilmesinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın 3. hipotezinde öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeylerinin öğrenim görülen okul türü değişkenine göre farklılığı test edilmiştir. Tablo 6.'da üniversitede yemek hizmeti alan öğrencilerin okul türüne göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo. 6 Öğrencilerin Öğrenim Görülen Okul Türü Değişkenine Göre Beklenti Düzeyleri

Öğrenim Görülen Okul Türü	N	\bar{x}	ss
Tıp Fakültesi	87	74,94	16,58
Eğitim Fakültesi	89	72,11	18,29
Fen – Edebiyat Fakültesi	121	72,33	11,19
Aydın Meslek Yüksekokulu	39	73,22	21,46

Tablo 6.'da görüldüğü gibi ortalama beklenti puanları en yüksek olan okul türü Tıp Fakültesi ($\bar{x}=74,94$) ve en düşük beklenti puanlarının eğitim fakültesinde öğrenim gören öğrencilere ($\bar{x}=72,11$) ait olduğu belirlenmiştir. Gruplar

arasında ortaya çıkan bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin okul türü değişkenine göre toplam beklenti puanları analizi Tablo 7.'de verilmiştir.

Tablo. 7 Öğrencilerin Okul Türü Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Gruplar Arası Fark
Gruplar Arası	438,90	3	146,30	.60	.614	-
Gruplar İçi	72880,53	300	242,94			
Toplam	73319,42	303				

Tablo 7.'ye göre öğrencilerin beklenti düzeyleri öğrenim gördükleri okul türüne göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir $F(3,300)=.60$, $p>.05$. Bu bulguya göre, öğrencilerin öğrenim gördükleri okul türüne göre beklenti düzeyleri ortalama puanları arasındaki fark anlamlı değildir. Dolayısıyla araştırmanın 3. hipotezi kabul edilmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin fen edebiyat, tıp veya eğitim fakültesi ya da meslek yüksekokulunda öğrenim görmeleri onların yemekhaneye ilişkin beklenti düzeylerinde farklılık oluşturmamaktadır. Başka bir ifadeyle farklı okul ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin beklenti düzeyleri benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazında yapılan inceleme sonucunda bu alanda yapılan görgül araştırma bulgusuna rastlanamamıştır.

Araştırmanın 4. hipotezinde öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeylerinin yemek yeme sıklığı değişkenine göre farklılığı test edilmiştir. Tablo 8.'de üniversitede yemek hizmeti alan öğrencilerin yemek yeme sıklığı değişkenine göre toplam beklenti puanlarının ortalama değerleri analiz edilmiştir.

Tablo. 8 Öğrencilerin Beklenti Puanlarının Yemek Yeme Sıklığı Değişkenine Göre Farklılığı İçin t-testi

Yemek Yeme Sıklığı (Haftalık)	N	\bar{x}	ss	sd	t	p
1 – 3 kez	91	75,45	10,89	302	1,73	.084
3 – 5 kez	245	72,08	17,09			

Tablo 8.'e göre öğrencilerin beklenti düzeyleri yemek yeme sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir $t(302)=1,73$, $p>.05$. Bu sonuca göre, beklenti düzeyleri ortalama puanları öğrencilerin haftada kaç kez yemek yediğine göre farklılık göstermediği söylenebilir. Dolayısıyla, araştırmanın 4. hipotezi kabul edilmektedir. Bu sonuca göre haftada 1-3 kez yemek yiyen ve 3-5 kez yemek yiyen öğrencilerin beklenti düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Bu sonuca göre hemen hemen haftanın bütün günleri yemekhaneye giden öğrenciler ile haftada bir iki kez yemek yiyen öğrencilerin beklenti

düzeyleri istatistiksel açıdan farklı değildir. Elde edilen bu bulguya göre yemek yeme sıklığının beklenti düzeyleri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı söylenebilir. Elde edilen bu sonuç alan yazında yapılan çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Biçici ve Hançer, 2008).

Araştırmanın 5. hipotezinde öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeylerinin alınan hizmet ile ilgili şikayetçi olma durumu değişkenine göre farklılığı test edilmiştir. Tablo 9.'da üniversitede yemek hizmeti alan öğrencilerin alınan hizmetle ilgili şikayetçi olma değişkenine göre toplam beklenti puanlarının ortalama değerleri analiz edilmiştir.

Tablo. 9 Öğrencilerin Beklenti Puanlarının Hizmetten Şikayetçi Olma Değişkenine Göre Farklılığı İçin t-testi

Hizmet ile ilgili şikayetiniz oldu mu?	N	\bar{x}	ss	sd	t	p
Evet	32	63,33	19,67	280	3,22	.001
Hayır	282	73,62	14,46			

Tablo 9.'a göre öğrencilerin beklenti düzeyleri yemekhaneye hizmeti ile ilgili şikayetçi olma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir $t(280)=3,22$, $p<.05$. Bu sonuca göre, beklenti düzeyleri ortalama puanları alınan hizmet ile ilgili şikayetçi olma değişkenine göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle araştırmanın 5. hipotezi reddedilmektedir. Hizmet ile ilgili şikayeti olan öğrencilerin ortalama puanı ($\bar{x}=63,33$) şikayetçi olmayan öğrencilerin ortalama puanından ($\bar{x}=73,62$) daha düşüktür ve gruplar arası puan farklı istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuca göre, alınan hizmetle ilgili şikayette bulunan öğrencilerin hizmetle ilgili herhangi bir şikayeti bulunmayanlara kıyasla daha düşük beklentiye sahip olduğu söylenebilir. Elde edilen bu sonuç hizmetten şikayetçi olma durumunun beklenti düzeyinde anlamlı bir etki yarattığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle alınan hizmetten şikayetçi olmayan öğrencilerin daha düşük beklenti içerisinde oldukları söylenebilir. Alan yazında yapılan inceleme sonucunda bu alanda yapılan görgül araştırma bulgusuna rastlanamamıştır.

Araştırmanın 6. hipotezinde öğrenci beklentilerinin karşılanma düzeylerinin alınan hizmet ile ilgili şikayeti hangi kanaldan üniversite yönetimine iletiği değişkenine göre farklılığı test edilmiştir. Tablo 10.'da üniversitede yemek hizmeti alan öğrencilerin beklenti puanları ortalamalarının hizmet ile ilgili şikayetlerini iletim kanallarına göre farklılaşp farklılaşmadığı Kruskal Vallis H testi ile sınanmış, test sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo. 10 Öğrencileri Beklentilerinin Şikayetlerin İletim Kanalına İlişkin Kruskal Vallis H Testi Sonuçları

Şikayet Kanalı	n	Sıra Ortalaması	d	χ^2	p	Gruplar Arası Fark
Sözlü iletim	1	37,29	3	39,91	.000	1 – 3
Birim sorumlusuna	1	45,58				1 – 4
e-posta ile	15	70,00				2 – 3
iletmem	8	4,50				3 – 4

Tablo 7.'ye göre öğrencilerin beklenti düzeyleri hizmet ile ilgili şikayet kanalına göre anlamlı farklılık göstermektedir, χ^2 (sd=3, n=85) =39,91, p<.001. Bu nedenle araştırmanın 6. hipotezi reddedilmektedir. Araştırma sonucu elde edilen bu bulgu, şikayetlerin iletim kanalının beklenti düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, en yüksek beklentiye şikayetlerini e-posta ile iletenler ve bunu sırasıyla birim sorumlusuna doğrudan, sözlü iletenler ve hiçbir iletimde bulunmayanların izlediği görülmektedir. Gruplar arası gözlenen anlamlı farkın, hangi gruplar arasındaki anlamlı farklara bağlı olarak ortaya çıktığını belirlemek amacıyla Büyüköztürk'ün (2010, s.162) de belirttiği gibi grupların ikili kombinasyonları üzerinden Mann Whitney U-testi uygulanarak anlamlı farklılığa sahip gruplar belirlenmiştir. Buna göre, sözlü iletim ile e-postayla şikayetlerini iletenler ve hiç iletmeyenler arasında; birim sorumlusuna doğrudan iletenler ile e-posta ile şikayetlerini iletenler arasında; şikayetlerini e-posta ile iletenler ve hiç iletmeyenler arasındaki beklenti puanları arasındaki farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. Alan yazında yapılan inceleme sonucunda bu alanda yapılan görgül araştırma bulgusuna rastlanamamıştır.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Önceleri kamu kurumlarında yemek hizmeti, kurumların kendi bünyelerinde istihdam ettikleri personel yardımıyla sağlanırken, günümüzde yüklenici firmalar aracılığıyla bu hizmet karşılanmaktadır. Ülkemizde kamu kurumlarından biri olan üniversitelerin sayılarında son yıllarda önemli bir artış olmuş ve bu artışa paralel olarak üniversitelerin öğrenci kontenjanlarında da artış görülmüştür. Üniversite sayı ve kontenjanlarındaki artışla birlikte bir hizmet işletmesi olan üniversiteler arasındaki rekabette de artmaktadır. Üniversitelerin öğrencilerin beklentilerini iyi anlayıp bu beklentilerini karşılayıp, yeme-içme, barınma, vb. temel ihtiyaçların sağlanması gerekmektedir. Müşteri durumunda olan öğrencilerin aldıkları yemek hizmeti ve bu hizmetten sağladıkları memnuniyet üniversiteler için oldukça önemlidir. Bu kapsamda hizmet sektöründe asıl sorun, herhangi bir hizmet bakımından potansiyel müşterilerin beklentilerinin neler olabileceği ve kendisine verilmiş olan hizmeti nasıl değerlendirdiğinin araştırılmasıdır. Bu aşamada müşteri memnuniyeti mal veya hizmetten beklenen performans ile elde edilen performans arasındaki ilişkide yatar. Müşterilerin mal ve/veya hizmeti satın almadan önceki beklentisi ile o satın aldıktan sonraki algıladığı performans arasındaki farklılıktan doğan tutarsızlığın fonksiyonu memnuniyet olarak ele alınmaktadır. Ülkemizde gıda sektöründe yapılan bazı çalışmalarda müşteri memnuniyetini incelemiş, müşteri memnuniyetinin hizmet kalitesi ile doğru orantılı olarak değiştiği ayrıca memnuniyet üzerinde fiyat, personel davranışı ve işletme temizliğinin de etkili olduğu ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada Adnan Menderes Üniversitesinde farklı fakülte ve yüksekokullarda öğrenim gören tesadüfi olarak seçilmiş öğrencilerin hizmet kalitesi ile ilgili beklentilerini, bu beklentilerin algılanma düzeylerini, beklenen düzey ile algılanan düzeylerin bazı demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık olup oluşmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda elde edilen bulgulara göre ölçeğin

anlayış boyutu dışındaki tüm boyutlarda işletmenin öğrencilerin beklentilerini karşıladığı görülmüştür. Bu durum öğrencilerin aldıkları yemek hizmetinden memnun olduklarının bir göstergesidir. Araştırmada alınan hizmetten memnun olma durumunun cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediği görülmüştür. Bunun yanında Tıp Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Eğitim Fakültesi ve Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin aldıkları hizmetten beklenti düzeyleri arasında istatistiksel açıdan bir farklılık bulunmamaktadır. Bu durum öğrenim görülen okul türünün algılanan hizmet kalitesinde farklılık yaratmadığını göstermektedir. Öğrencilerin okuldaki merkez yemekhanede yemek yeme sıklıklarının da beklenti düzeyleri üzerinde bir farklılık yaratmadığı görülmüştür. Ancak aldıkları hizmet ile ilgili şikayetçi olan ve olmayan öğrencilerin beklenti düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Benzer şekilde şikayetlerini yönetime hangi kanaldan ilettikleri değişkenine göre de beklenti düzeyleri arasında farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuç beklenen bir durum olarak yorumlanabilir. Eğer bir öğrencinin aldığı hizmetle ilgili şikayeti varsa ya da alınan hizmete ilişkin olumsuz bir yaşantısı olmuşsa bu durum onun beklenti düzeyinin yüksek iken bu beklentisinin karşılanmadığını göstergesidir. Bu durumda şikayetçi olan ve olmayan öğrenciler arasında beklenti düzeyleri arasında farklılık oluşması tarafımızca beklenen bir sonuçtur. Araştırma sonucunda öğrencilerin aldıkları hizmetten memnun oldukları görülmüştür. Ancak bu sonucun üniversitenin geneli için yorumlanması yanlış olacaktır. Üniversitenin merkez kampüs dışındaki ilçelerinde de benzer çalışmalar yapılarak mevcut durumun ortaya çıkarılması önerilmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda alınan hizmetle ilgili sadece öğrenci görüşleri almak yerine akademik ve idari personelin de görüşleri alınabilir. Ayrıca öğrenci, akademisyen ve idari personelin beklenti düzeyleri arasındaki ilişki araştırılarak daha ayrıntılı sonuçlar elde edilebilir. Gelecek çalışmalar için farklı üniversitelerde örneklem sayısı daha geniş, farklı fakülteleri kapsayan çalışmalar ile üniversitelerin yemek hizmetleri karşılaştırılabilir.

KAYNAKLAR

- Alakavuk E. (2007). Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği: SERVQUAL” Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcı U. ve Sayılır A. (2006). Hizmet Kalitesi Çerçevesinde Çalışanların Rolüne ve Yeterliliklerine İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi 1:123-138.
- Biçici F. ve Hançer M. (2008). Kuşadası ve Didim’deki Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Sunulan Hizmetlerle İlgili Beklentileri ve Bu Hizmetlerin Kalite Ölçümü Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 10 (3): 49-67
- Bulgan U. ve Gürdal G. (2005). Hizmet Kalitesi Ölçülebilir Mi?, ÜNAK’ 2005 Bildiriler. Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması. Ünak Yıllık Toplantısı, Kadir Has Üniversitesi : 240-259.
- Değermen A. (2006). Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Devebakan N. (2005). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ve Ölçümü. İzmir:Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Enstitüsü
- Eleren A. ve Kılıç B. (2007). Turizm Sektöründe Servqual Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi IX (1): 243-263.
- Eleren A. Bektaş Ç. ve Görmüş A. Ş. (2007). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama. Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar 44(514): 75-88
- Gürbüz E. ve Ergülen A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi 35:173-190.
- Haciefendioğlu Ş. ve Koç Ü. (2009). Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 18: 146 – 167.
- Hair, J. E., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black W.C. (1998). Multivariate Data Analysis. (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kılıç B. ve Eleren A. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması Alanya İşletme Fakültesi Dergisi 1(1) : 91-118
- Kitcharoen K. (2004). He Importance- Performance Analysis Of Service Quality In Administrative Departments Of Private Universities In Thailand: ABAC Journal 24 (3): 20-46.
- Kotler P. (2000). Pazarlama Yönetimi Çeviri Nejat Muallimoğlu. Kırklareli: Beta Basım
- Woo G.K. Yen C. ve Yen-Soon K. (2009). Influence of Institutional Dineserv on Customer Satisfaction, Return Intention, and Word-of-Mouth International Journal of Hospitality Management 28 (1): 10-17
- Okumuş A. ve Duygun A. (2008).Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 8 (2):20-38.
- Parasuraman A. Zeithaml V.A and Leonard V.B. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing: The Journal of Marketing 49(2) Spring: 33-46
- Phommavong P. and Khanopphet S. (2012) Service Quality of Metropolitan Public Hospitals in Lao PDR: SIU Journal of Management 2(2): 78-109
- Roses L.K. Hoppen N. and Henrique J.L. (2009) Management of perceptions of information technology service quality: Journal of Business Research 62: 876-882
- Saat M. (1999). Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi Gazi Ün. İ.İ.B.F. Dergisi 3: 107 108.
- Sample Size Calculator, Erişim tarihi: 23 Ekim 2013, <http://www.surveysystem.com/>
- Stevens P. Knutson B. and Patton M. (1995). Dineserv: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 36 (2) :56-60.
- Yanık, A. ve Yılmaz, E. (2011) Dışardan Yemek Hizmeti Alınan Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesinde Personelin Yemek Hizmetlerinin Değerlendirilmesi, Electronic Journal of Colleges, Aralık 2011:126-139.
- Yılmaz İ. (2007). Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler Ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi: İzmir Örneği, Doktora Tezi. İzmir:Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüksel Ü. ve Mermod Yüksel A. (2004). Hizmet Pazarlaması. İstanbul: Beta Yayınları.
- Zeithaml V.A and Leonard V.B. and Parasuraman A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. Journal of Marketing 2 (2) April. 35-48.

Extensive Summary

ANALYSIS OF EXPECTATION LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS ENROLLED IN DIFFERENT SCHOOLS ACCORDING TO SOME VARIABLES

Introduction

Today, in line with the effects of globalization, the alternatives for customers have increased regarding the products or services they would like to buy. Satisfaction or disappointment the customers feel as a result of the comparison of the outcomes of their feelings after buying a product or a service with their personal expectations indicate whether they are satisfied or not. The dimensions of SERVQUAL model obtained by the studies of Parasuraman, Zeithaml and Berry are the most commonly accepted dimensions to evaluate service quality of customers. Based on SERVQUAL scale, Stevens, Knutson and Patton (1996) developed DINESERV measurement model to help measurement and identification of the quality of service provided to the customers in catering firms.

Method

Population of the study consisted of university students enrolled in Adnan Menderes University in Aydin province of Turkey. The sampling of the study consisted of the students who purchased food services from central cafeteria of the university. A total 337 questionnaires were used as data. SPSS 19.0 packet program was used to test collected data. Service quality score was obtained by subtracting expected service scores from perceived service scores to determine the difference between the expectations of the students about the catering firm and their perceived service quality. Independent sampling t-test, paired samples t-test, one way analysis of variance (ANOVA) and confirmatory factor analysis were used to test the hypotheses. Kaiser-Meyer-Olkin test score was found to be .83. Normality of mean expectation and perception total scores was found to be $p > .05$ using Kolmogorov-Smirnov test (K-S test) and parametric test methods were used for analyses.

Results And Suggestions

This study aimed to determine the expectations of randomly selected university students enrolled in different faculty and vocational schools at Adnan Menderes University about service quality, perception levels of these expectations and whether expected and perceived levels significantly vary according to some demographic variables. Our findings showed that the catering firm satisfied the expectations of the students in all dimensions, excluding understanding dimension of the scale. It was observed that satisfaction with the received service did not vary according to gender variable. There was no difference between expectation levels of the students enrolled in faculties or vocational

high schools. We observed that eating frequency of the students in central cafeteria did not cause a variation in their expectations levels. However, there was a statistically significant difference between the expectation levels of the students who lodged and did not lodge a complaint about the catering service. Similarly, there was a difference between the expectation levels of the students according to the variable of the mode of sending these complaints to the management. If a student complained about the food service or if he/she had a negative experience about this service, this indicates that the student had a high level of expectation, however that expectation was not satisfied. Our results showed that the students were satisfied with the service they received. Future studies can also take into account the opinions of academic and administrative personnel about the services.