

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
YÜKSEKÖĞRETİM ARAŞTIRMALARI BİLİM DALI**

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM GÖRDÜKLERİ
FAKÜLTELERİN KALİTE DÜZEYLERİNE İLİŞKİN ALGILARI
(SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ARIF SAKLI

DANIŞMAN

PROF. DR. OSMAN TİTREK

NİSAN 2019

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
YÜKSEKÖĞRETİM ARAŞTIRMALARI BİLİM DALI**

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM GÖRDÜKLERİ
FAKÜLTELERİN KALİTE DÜZEYLERİNE İLİŞKİN ALGILARI
(SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ARİF SAKLI

DANIŞMAN

PROF. DR. OSMAN TİTREK

NİSAN 2019

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.

Arif Saklı



JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI

'Öğretmen Adaylarının Eğitim Gördükleri Fakültelerin Kalite Süreçlerine İlişkin Algıları (Sakarya Üniversitesi Örneği)' başlıklı bu yüksek lisans tezi Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yükseköğretim Araştırmaları Bilim Dalında hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

Başkan *Prof. Dr. Sencer Polat* (İmza) 

Üye *Prof. Dr. Osman TITREK* (İmza) 

Üye *Doç. Dr. Mustafa Bayraktar* (İmza) 

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

02/05/2019

(İmza)



Prof. Dr. Ömer Faruk TUTKUN

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Fakültelerdeki kalitenin sağlanması ve sürdürülmesi için her eğitim fakültesinde yetiştirilen öğretmen adaylarının gerek fiziksel gerek destek hizmetleri gerekse diğer koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu koşullar; öğrenci, akademik yönetim ve idari yönetim arasındaki üçlü ilişkiye bağlıdır. Bunun için üniversite yönetiminin öğretmen adaylarının görüş ve önerilerine dikkat ederek yeni yapılandırmalara gitmeleri ve bu doğrultuda maksimum kaliteyi sağlamaları gerekmektedir. Öğretmen adaylarının hem okurken hem de okul bittikten sonraki mesleki hayatlarında zorluklar ile karşılaşmamaları için sıkı bir okul-öğrenci koordinasyonunun sağlanması gerekmektedir.

Üniversiteler tabii ki meslek sahibi yetişkin gençler yetiştirmektedirler Ancak öğretmenlerin diğer meslek sahibi gençlerden çok daha iyi yetiştirilmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla eğitim fakültelerinde hizmet kalitesi ve memnuniyete daha fazla önem verilmelidir. Fiziksel özelliklerden imaja kadar bütün alt boyutlar irdelenerek eğitim politikaları geliştirilmelidir. Bir toplumun gelişmişlik ve yetişmişlik seviyesi, o ülkedeki öğretmenlerin gelişmişlik seviyesi ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Çünkü o toplumdaki eğitici/öğretmenin kalitesi ne ise ilmin, bilginin ve ileriliğin kalitesi de odur (Öğretmen Yetiştirmede Kalite Sorunları Çalışmayı, 2005).

Bu tez çalışmasında “Öğretmen Adaylarının Eğitim Gördükleri Fakültelerin Kalite Süreçlerine İlişkin Görüşleri Sakarya Üniversitesi Örneği” konusu ele alınmıştır.

Tez süreci boyunca bana rehber olan ve desteğini hiç esirgemeyen değerli danışmanım Prof. Dr. Osman TİTREK’e çok teşekkür ederim. Ayrıca derslerinden çok keyif aldığım sevgili hocam Doç. Dr. Mustafa BAYRAKCI’ya; bu eğitimi almam için gereken zamanı bana sağlayan işverenim 25. Dönem Milletvekili Sayın Ali İNCİ’ye ve tezimde bana çok yardımları olan sevgili arkadaşım Gökhan ULAY’a; tüm eğitim hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, her zaman yanımda olan sevgili eşim Asuman SAKLI’ya; Oğlum Selim SAKLI ve kızım Ahsen SAKLI’ya teşekkürlerimi bir borç bilirim.

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM GÖRDÜKLERİ FAKÜLTELERİN KALİTE DÜZEYLERİNE İLİŞKİN ALGILARI (SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ)

Saklı, Arif

Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı

Yükseköğretim Araştırmaları Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Osman TİTREK

Nisan, 2019. xvii+94 sayfa.

İş dünyasının ihtiyaç duyduğu yeterli bilgi birikimine sahip yetenekli insan kaynağını yetiştirmek üniversitelerin görevidir. Bununla birlikte farklı alanlarda yapılan araştırmalarla bilime katkı sağlamaktadırlar. Bu kapsamda eğitim ve öğretim işlevini gerçekleştiren üniversitelerin temelini oluşturan öğrencilere en iyi hizmeti sunarak öğrencileri akademik ve sosyal yönüyle donanımlı bireyler olmalarını sağlamak için bu amaç doğrultusunda en iyi imkânları ortaya koymaları gerekmektedir.

Bu çalışmada, öğretmen adaylarının eğitim gördükleri fakültelerin kalite süreçlerine ilişkin görüşleri, Sakarya Üniversitesinde farklı fakültelerde öğrenim görmekte olan 360 öğrenci üzerinde araştırılmıştır. Ölçme aracı olarak servis performansı (Service Performance – SERVPERF) ve servis kalitesi (Servis Quality – SERVQUAL) kullanılmıştır. Verilerin analizi kısmında verilerin hepsinin belirtilen şartlarda normal dağıldığı görülmüştür. İkinci araştırma probleminde bağımsız gruplar t testi, çalışmanın diğer problemlerinde ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Yapılan varyans analizlerinde hangi gruplar arasında fark olduğunu bulmak için ise post-hoc testleri kullanılmıştır. Ölçeğin tamamına ait güvenilirlik katsayısı ise 0,965'dir. Özdamar (1999) güvenilirlik katsayısının 0,61 ile 0,80 arasında olduğunda orta düzeyde ve 0,80 ile 1,00 arasında ise yüksek düzeyde güvenilir olduğunu belirtmiştir. Araştırma sonucunda; Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerinin memnuniyet ve imaj açısından doğum yerinin anlamlılık gösterdiği, gelir düzeyi arttıkça öğrenci, baba eğitim seviyesinin

fiziksel özellikler ve imaj açısından anlamlılık gösterdiği, bütün boyut ve alt boyutlarda ilahiyat fakültesi öğrencilerinin görüşlerinin ortalamasının diğer fakültelerde öğrenim gören öğrencilerden daha yüksek olduğu, memnuniyet, imaj ve tavsiye boyutlarında 2.öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin ortalaması 1.öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin ortalamasından yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim, hizmet kalitesi, kalite



ABSTRACT

PERCEPTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS ON THE QUALITY LEVELS OF THE FACULTY OF EDUCATION (SAKARYA UNIVERSITY CASE)

Saklı, Arif

Master Thesis, Department of Master Sciences of Educational Sciences

Higher Education Research Sciences

Supervisor: Prof. Dr. Osman TİTREK

April, 2019. xvii+94 pages.

It is the responsibility of the universities to educate talented human resources with sufficient knowledge that the business world needs. However, they are informed by research conducted in different areas. In this context, it is necessary for the students constituting the foundation of the universities which carry out the education and training functions to present the best opportunities for this purpose in order to ensure that the students are academic and socially equipped individuals by providing the best service.

In this study, the quality of education qualities of the faculties where the prospective teachers were trained at the university was researched on 360 students studying at different faculties at Sakarya University. Service performance (Service Performance - SERVPERF) and service quality (SERVQUAL - SERVQUAL) were used as the measurement tool. In the analysis part of the data it was seen that all of the data were normally distributed in the specified conditions. Independent groupst test was used in the second research problem and one way analysis of variance (ANOVA) was used in the other problems of the study. Post-hoc tests were used to find out which groups differed in the variance analyzes. . The reliability coefficient for the whole of the scale is 0.965. Özdamar (1999) stated that the reliability coefficient is between 0,61 and 0,80 at the intermediate level and between 0,80 and 1,00 is highly reliable. As a result of the research; It was found that the place of birth was significant in terms of satisfaction and image with respect to the service quality, satisfaction, image, recommendation and loyalty variables related to the university where the university students were educated and the level of education was significant in terms of

physical characteristics and image, The means of the views of the students of theology faculty are higher than the students of the other faculties in the dimensions. The mean of the views of the students in the 2nd education in the dimensions of satisfaction, image and recommendation is higher than the average of the opinions of the students in the 1st education.

Keywords: Higher education, quality of service, quality, pre-service teacher



İÇİNDEKİLER

Bildirim	iv
Jüri Üyelerinin İmza Sayfası	v
Önsöz	vi
Özet	vii
Abstract	ix
İçindekiler	xi
Tablolar Listesi.....	xvi
Şekiller Listesi.....	xvii
Bölüm I, Giriş	1
1.1. Problem Cümlesi	2
1.2. Alt Problemler	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Araştırmanın Sayıtları	5
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	6
Bölüm II, Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar	7
2.1. Kalite.....	7
2.1.1. Kalitenin Tanımı	7
2.1.2. Eğitimde Kalite	9
2.1.3. Kalitenin Özellikleri	10
2.1.4. Eğitimde Kalite Göstergeleri	11
2.1.5. Yükseköğretimde Kalite Göstergeleri	14
2.1.6. Kaliteli Öğretmen Tanımlaması	15
2.2. Hizmet Kavramı	16
2.2.1. Hizmet Kavramının Tanımı	16
2.2.2. Hizmet Kavramının Özellikleri	18

2.2.2.1. Dokunulmazlık	19
2.2.2.2. Türdeş Olmama (Heterojenlik)	20
2.2.2.3. Ayrılmazlık	21
2.2.2.4. Dayanıksızlık ve Stoklanamama	22
2.2.3. Hizmet Kalitesi Kavramı	23
2.2.3.1. Hizmet Kalitesinin Tanımı	23
2.2.3.2. Hizmet Kalitesinin Türleri	25
2.2.3.2.1. Fonksiyonel Kalite	25
2.2.3.2.2. Teknik Kalite	25
2.2.3.2.3. Beklenen Kalite	25
2.2.3.2.4. Algılanan Kalite	26
2.2.3.3. Hizmet Kalitesini Belirleyen Unsurlar	26
2.2.3.3.1. Güvenilirlik	27
2.2.3.3.2. Heveslilik	28
2.2.3.3.3. Yeterlilik	28
2.2.3.3.4. Ulaşılabilirlik	28
2.2.3.3.5. Nezaket	29
2.2.3.3.6. İletişim	29
2.2.3.3.7. İnanılabilirlik	29
2.2.3.3.8. Güvenlik	30
2.2.3.3.9. Müşteriyi Anlamak (Empati)	30
2.2.3.3.10. Fiziksel Varlıklar	30
2.3. Eğitim Hizmetlerinde Kalite ve Kalitenin Ölçümü	31
2.3.1. Eğitim Hizmetlerinde Kalite ve Kalite Ölçümünün Tanımı ve Kapsamı	35
2.3.2. Yükseköğretim Kurumlarında Kalite	35
2.3.3 Eğitim Hizmetlerinde Pazarlama Karması Elemanları	37

2.4. Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet ve Kalite	39
2.4.1. Hizmet Süreçlerinin Yükseköğretim Kurumlarına Uyarlaması	41
2.4.2. Türkiye’deki Yükseköğretim Kurumlarında Kalite Çalışmaları ve Önemi	43
2.5. İlgili Araştırmalar	44
2.5.1. Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar	44
2.5.2. Yurtdışında Yapılan Araştırmalar	46
Bölüm III, Yöntem	48
3.1. Araştırma Modeli	48
3.2. Evren ve Örneklem	48
3.3. Veri Toplama Aracı	50
3.4. Verilerin Toplanması ve Analizi	53
Bölüm IV, Bulgular	54
4.1. Birinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	54
4.2. İkinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	63
4.2.1. Doğum Yeri Değişkenine İlişkin Bulgular	64
4.2.2. Aile Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Bulgular	65
4.2.3. Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular	67
4.2.4. Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular	68
4.2.5. Öğrenim Görülen Fakülte Değişkenine İlişkin Bulgular	70
4.2.6. Öğretim Türü Değişkenine İlişkin Bulgular	72
4.2.7. Burs Alma Durumu Değişkenine İlişkin Bulgular	73
4.2.8. Burs Türü Değişkenine İlişkin Bulgular	75
Bölüm V, Sonuç, Tartışma ve Öneriler	77
5.1. Sonuç ve Tartışma	77
5.2. Öneriler	79
5.2.1. Araştırma Sonuçlarına İlişkin Öneriler	79

5.2.2. Araştırmacılara Yönelik Öneriler	80
Kaynakça.....	81
Ekler	90
Özgeçmiş ve İletişim Bilgileri	94



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Hizmet Kalitesinin Boyutlarının Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması	12
Tablo 2. Hizmet Kalitesinde Kullanılan Modeller	13
Tablo 3. 4P Elemanları	38
Tablo 4. Örneklemin Demografik Bilgilere Göre Dağılımı	49
Tablo 5. Ölçme Aracının Özellikleri	51
Tablo 6. Üniversite Öğrencileri Memnuniyet Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları	52
Tablo 7. Boyutlara Ait Betimsel İstatistikler	54
Tablo 8. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Fiziksel Özellikler Frekans ve Yüzde Değerleri	55
Tablo 9. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Destek Hizmetleri Frekans ve Yüzde Değerleri	56
Tablo 10. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Akademik Personel Frekans ve Yüzde Değerleri	57
Tablo 11. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği İdari Personel Frekans ve Yüzde Değerleri	58
Tablo 12. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Memnuniyet Frekans ve Yüzde Değerleri	59
Tablo 13. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği İmaj Frekans ve Yüzde Değerleri	60
Tablo 14. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Tavsiye Frekans ve Yüzde Değerleri	61
Tablo 15. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Sadakat Frekans ve Yüzde Değerleri	62
Tablo 16. Öğrenci Görüşleri İçin Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları	63

Tablo 17. Öğrenci Görüşleri İçin Doğum Yerine Göre t Testi Sonuçları	64
Tablo 18. Öğrenci Görüşleri İçin Aile Gelir Durumuna Göre ANOVA Testi Sonuçları	65
Tablo 19. Öğrenci Görüşleri İçin Anne Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları	67
Tablo 20. Öğrenci Görüşleri İçin Baba Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları	68
Tablo 21. Öğrenci Görüşleri İçin Fakülteye Göre ANOVA Testi Sonuçları.....	71
Tablo 22. Öğrenci Görüşleri İçin Öğrenim Türüne Göre t Testi Sonuçları	73
Tablo 23. Öğrenci Görüşleri İçin Burs Alma Durumuna Göre t Testi Sonuçları	74
Tablo 24. Öğrenci Görüşleri İçin Burs Türüne Göre ANOVA Testi Sonuçları	75

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Hizmetlerin özellikleri	18
Şekil 2. Hizmet kalitesinde sınırsızlık modeli	24
Şekil 3. Üniversitede eğitim şartlarını etkileyen unsurlar	43



BÖLÜM I

GİRİŞ

Sürekli bir değişim ve gelişme içinde bulunan dünyada kalite kavramı giderek ön plana çıkmaktadır. Önceleri üretim, hizmet, yönetim sınırları içerisinde yer alan kalite kavramı günümüzde eğitim, sağlık, güvenlik gibi hayatın içinde yer alan tüm kavramlarla bütünleşen, bir düşünce ve felsefe olarak görülmektedir. Kalite anlayışının yerleşmiş olduğu her alan daha hızlı gelişme göstermektedir. Kalite ile ilgili belirleyicilerin temel taşı insana dayanmaktadır. Nitelikli insan gücü kaliteli ürün ve hizmet üretmek için en önemli unsurdur. Dolayısıyla üretim ve tükettim faaliyetlerinde kaliteden söz edebilmek için insan değer verilmelidir (Tosun, 2012).

Teknolojik ve bilimsel gelişmelere paralel olarak 21. yüzyılın başından itibaren bilginin üretilmesi ve bilgiye dair paradigmlar büyük değişim geçirmiştir. Bu yeni paradigmaya göre; bilgi keşfedilmez yorumlanır, birden ortaya çıkmaz bir kişi ya da kurum tarafından yapılandırılarak savunulur. Son yüzyıl paradigmasına göre bilgi öznelidir. Çünkü bilgi; kişinin deneyim, gözlem ve tecrübeleri sonucu oluşmaktadır (Özden, 2005). Bilginin kazanılma ve kullanılmasına dair yeni varsayımlar ortaya atılınca öğretim ve öğrenme kavramlarına dair algılarda değişiklik göstermiştir. Dolayısı ile bu durum öğrenme, öğretim, eğitim ve öğretim kavramlarına da farklı yaklaşımlar getirmiştir. Eğitimde öğretim yerine öğrenme ön plana çıkmış, asıl önemli olanın öğrenen olduğu yapılandırıcı bir yaklaşım ortaya çıkmıştır (Sherman ve Kurshan, 2005).

Üniversitelerde kaliteyi artırmak ve memnuniyeti sağlamak için yapılan kalite ve akreditasyon çalışmalarının en büyük amacı; öğretmen niteliğinin artırılarak eğitim fakültelerinin hizmet sunduğu başta öğrenciler olmak üzere aile ve akademisyenlere eğitiminin kalite standartlarına uygun olarak verildiğinin teminatını sunmaktır (Yükseköğretim Kurulu [YÖK]1999). Eğitim fakültelerinde akreditasyon ve kalite çalışmalarının sona ermesi ile birlikte ulusal eğitim kalitesinin uluslararası seviyeye

çıkacağı, eğitimin önündeki bütün olumsuzlukların kalkacağı ve öğrencilerin uluslararası akademik camiada belli bir yer edinerek kendilerini ispat edecekleri planlanmaktadır (Süngü ve Bayrakçı, 2010).

Eğitim kurumları bir toplumun varlığını idame ettirmesinde üretici bir alt sistem olarak rol oynamaktadır. İnsan ile yaşam arasında sıkı bir ilişki kuran eğitim kurumlarının temelinde insan yetiştiren üniversiteler bulunmaktadır. Bireylerin keşfedilmesi, yeteneklerinin ortaya çıkarılması ve her bireyi yeteneği dâhilinde bir işe yönlendirerek toplumsal gelişim ve değişimi sağlamak üniversitelerin yegâne sorumluluğunda bulunmaktadır (Taymaz, 1995). Üniversitelerin topluma öncülük ederek kendini yenileyebilmeleri ancak toplum ile olan ilişkileri ile bilgiyi kullanma güçlerine bağlıdır. Üniversitelerin tek müşterisi olan öğrencilerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda kaliteyi artırarak öğrenci memnuniyetini sağlamaları çağdaş bilginin esasını oluşturmaktadır (Dilşeker, 2011).

Türkiye özellikle sahip olduğu genç nüfusu açısından oldukça önemli bir konumdadır. Sahip olduğu bu önemli kriter, bu genç nüfusa sağlanacak kaliteli eğitim hizmetleri sayesinde daha da önemli farklar yaratacaktır (Fındıklı, 2010). Burada belirleyici unsur yükseköğretim kurumlarının kalitesidir.

Bu bölümde araştırmaya yönelik problem durumu, problem cümlesi, alt problemler, araştırmanın amacı ve önemi, sayılılara ve sınırlılıklara yer verilmiştir.

1.1. PROBLEM CÜMLESİ

Üniversite öğrencilerinin eğitim gördükleri fakültelerin kalite düzeylerine ilişkin algıları nedir?

1.2. ALT PROBLEMLER

- Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik algılarının düzeyi nedir?

- Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri arasında
 - cinsiyete,
 - doğum yerine,
 - aile gelir durumuna,
 - anne eğitim düzeyine ,
 - baba eğitim düzeyine,
 - öğrenim görülen,
 - öğrenim türü (1.öğretim ve 2. öğretim)'ne,
 - burs alma durumuna,
 - burs türüne göre anlamlı fark var mıdır?

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Eğitimin kalitesini belirleyen temel unsurlar; öğrenciye sunulan fiziksel imkânlar (uygun derslikler, laboratuvar imkanları, ulusal ve uluslararası yayınlara ulaşabilmek için uygun kütüphane vb.), sosyal olanaklar (sosyal aktivitelerin sağlanacağı imkanlar) ve nitelikli akademik personeldir (Çakır, 2008: 3). Sakarya Üniversitesi ülkemizde kalite çalışmalarını başlatan ilk kurumlardandır. Kurumun konu ile ilgili serüveni resmi web sayfalarında şu şekilde özetlenmiştir (WEB1);

- 1999: Genel Sekreterliğe bağlı idari birimlerde Kalite Çalışmalarının başlaması.
- 2001: Genel Sekreterlik ve Daire Başkanlıkları kapsamında “TS-EN-ISO 9001:1994 Kalite Güvence” belgesinin alınması.
- 2003: Tüm birimlerde çalışanlarımız ile Toplam Kalite Yönetimi çalışmalarının başlatılması.
- 2003: Genel Sekreterlik ve Daire Başkanlıkları kapsamında “TS EN ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi” belgesinin alınması.

- 2004: Kurumsal Özdeğerlendirme ve Stratejik Plan Çalışmalarının yapılması; 2004 Stratejik plan hazırlanması ve her yıl revize edilmesi.
- 2005: Yükseköğretimde Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme (YÖDEK) çalışmalarının başlatılması.
- 2006: Genel Sekreterlik İdari Birimleri ile tüm Akademik Birimlerin İdari bölümlerinde “TS EN ISO 9001-2000 Kalite Yönetim Sistemi” belgesi alınmıştır.
- 2006: KalDer ile işbirliği ve Ulusal Kalite Hareketine katılım sağlanmıştır.
- 2006: Mükemmellik Modeli çerçevesinde Dış değerlendirme’ den geçme ve *** Seviyesinde Mükemmellikte Yetkinlik Ödülü kazanılmıştır.
- 2007: Stratejik Planlama yaklaşımının etkililiğinin gözden geçirilerek YÖDEK ile bütünleştirilmesi.
- 2006-2008: KalDer tarafından eğitimlerin verilmesi (Liderlik, Süreç Yönetimi, Kurum Kültürü, EFQM Mükemmellik Modeli, Rehberlik Desteği).
- 2008: Mükemmellik Modeli çerçevesinde KalDer’den ikinci bir Dış Değerlendirme’nin talep edilmesi ve değerlendirme sonucu **** Seviyesinde Mükemmellikte Yetkinlik” Ödülü kazanılmıştır.
- 2008 -2010: Dış değerlendirme sonucunda EFQM Mükemmellik Modeline göre iyileştirmeye açık alanların kuvvetli hale getirilmesi, kuvvetli alanların da örnek model konumuna taşınması çalışmaları yürütülmüştür.
- 2009 Ağustos ayında Ulusal Kalite Ödülü (Kamu Katagorisi) başvuru hazırlık çalışmaları başlatılmıştır.
- 2009 Ağustos UKÖ Çalışmalarının yürütülmesi ile ilgili Çekirdek Ekip (17) ve Kriter Ekipleri (84) oluşturulmuştur.
- 2009 Ağustos ayında Kerman Eğitim ve Danışmanlık Hizmetlerinden Müjgan Kerman tarafından tüm Kriter Ekiplerini Ulusal kalite Ödülü başvuru süreci ile ilgili bilgilendirme toplantısı yapılmıştır.
- 2010 Ocak ayında Ulusal Kalite Ödülü’ne (Kamu Katagorisi) başvuru yapılmıştır.
- 2010 Şubat ayında UKÖ Başvuru Raporunun Kalite Ödülü Yürütme Kurulu’na teslim edilmiştir.

- 2010: Ulusal Kalite Ödülü Yürütme Kurulu (KÖYK) tarafından yapılan değerlendirme sonrası kurumumuz finalist kuruluşlar arasında kalmış ve Dış değerlendirme den geçmiştir. Bu Dış Değerlendirme neticesinde üniversitemiz Ulusal Kalite Büyük Ödülü'nü kazanmıştır.
- 2013: EFQM Modeli Çerçevesinde yapılan iyileştirmeler ve iş süreçlerinin geliştirilmesi çalışmalarının sonuçlarının değerlendirilmesi ve 2010 yılında elde edilen başarının devamlılığının test edilmesi amacıyla üniversitemizin başvurusu ve KÖYK tarafından yapılan değerlendirme ve saha ziyaretleri neticesinde üniversitemiz Mükemmellikte Süreklilik Ödülünü kazanmıştır.
- 2014: EFQM Modeli çerçevesinde Toplam Kalite Yönetimi Çalışmaları çok boyutlu olarak sürdürülmesi ve Türk Yükseköğretim kurumlarının uluslararası düzeyde hak ettiği prestijli konuma ulaşabilmesi için çalışmalar yürütülmektedir.

Görülmektedir ki kalite çalışmaları kısa dönemlerde sonuç verebilecek bir süreç olmayıp devamlılık ve çaba isteyen disiplindir. Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yeterli bilgi birikimine sahip yetenekli insan kaynağını yetiştirmek üniversitelerin görevidir. Öğrencilerin kaliteli bir eğitim almaları insan kaynağının daha kaliteli oluşmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda eğitim ve öğretim işlevini gerçekleştiren üniversitelerin temelini oluşturan öğrencilere en iyi hizmeti sunarak öğrencileri akademik ve sosyal yönüyle donanımlı bireyler olmalarını sağlamak için bu amaç doğrultusunda en iyi imkânları ortaya koymaları gerekmektedir. Bu yönüyle araştırmada elde edilen bulguların uygulayıcı ve araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. ARAŞTIRMANIN SAYILTILARI

- Araştırmada kullanılan örneklem evreni temsil etmektedir.
- Ölçme aracı probleme cevap verecek niteliktedir.
- Uygulanan ölçek araştırmanın amaçlarını ortaya çıkarabilecek niteliktedir.
- Anket formu Sakarya Üniversitesi pedagojik formasyon öğrencileri haricinde kimse tarafından doldurulmamıştır.
- Sakarya Üniversitesi pedagojik formasyon öğrencileri soruları kendilerini yansıtacak içtenlikte cevaplamışlardır.

1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu araştırma;

- 2017-2018 Eğitim-Öğretim Yılında 2017-2018 Eğitim-Öğretim Sakarya Üniversitesi'nin Siyasal Bilgiler Fakóltesi, İŞletme Fakóltesi, Fen Edebiyat Fakóltesi, İlahiyat Fakóltesi, Spor Bilimleri Fakóltesi, Devlet Konservatuarı, Güzeli Sanatlar Fakóltesi ve Sağlık Bilimleri Fakólterinde öğrenim görmekte olup Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakóltesi'nde Pedagojik Formasyon Eğitimi almakta olan 360 öğrencinin görüşleri ile sınırlıdır.
- Üniversite öğrencilerinin eğitim gördükleri fakólterin kalite düzeylerine ilişkin algılarına ait veriler araştırmanın yapıldığı zaman ile sınırlıdır.
- Araştırma ölçek maddelerine verilen cevaplar öğrencilerin kendi görüŐleriyle sınırlıdır.
- Araştırma ölçek maddelerinde yer alan sorularla sınırlıdır.

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. KALİTE KAVRAMI

Bu bölümde öncelikle kalite kavramının tanımı yapılacaktır. Daha sonra kalite tanımı ile ilgili özellikleri, göstergelerinden bahsedilecek ve bu kavramların eğitimdeki karşılığına değinilecektir.

2.1.1. Kalitenin Tanımı

Sözcük olarak birçok kişi tarafından kalite; pahalı, lüks, zor bulunan, yüksek özellikli gibi kavramlarla eş anlamlı olarak düşünülmektedir (Oğlakçıoğlu, 2013). Birçok araştırmacı tarafından incelenen kalitenin tek bir tanımla açıklanması oldukça zordur. (Bayrak, 2007). Bu nedenle kalite tek başına bir unsur olarak ele alınamaz (Özdemir, 2002).

Kalite genel olarak; bir mal veya hizmetin müşterinin istekleri karşılayabilme derecesi, tespit edilen veya oluşabilecek ihtiyaçları giderebilme becerisini kapsayan özelliklerin toplamı, bir malın piyasaya sunulduktan sonra toplumda sebep olduğu en az zarar, kullanılmaya elverişli oluş derecesi olarak tanımlanabilir. (Uluğ Akça, 2007).

“Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQC)” kaliteyi, “Bir mal veya hizmetin belirli bir gerekliliğini karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan özelliklerin tümüdür.” Şeklinde tanımlarken Türk Standartları Enstitüsü (TSE) “Bir ürün veya hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerin toplamı” şeklinde bir kalite tanımı yapmaktadır (Güvercin, 2009). Halk arasında kullanıldığı şekilde kaliteyi açıklamak gerekirse üstünlük ve iyilik olarak

tanımlanabilir. Konu olan ürün veya hizmetin iyi özelliklerinin olması ürünün veya hizmetin kaliteli olarak tanımlanması en önemli göstergedir (Şimşek, 1998).

Kalite bir yönden kusursuzluğu temsil etmektedir. Hatasız olma ya da hataları en aza indirme olarak da ifade edilebilir (Gelmez, 2016). Kalite tüketicilerin duygu ve düşüncelerine etki etmektedir. Bundan dolayı işletmelerin rekabetçi piyasada tüketicilere en iyi ürünü ya da hizmeti sunabilmeleri için pazarlama yönetiminin kalite unsuru üzerinde önemle durmaları gerektiğini söylemek mümkündür (Çağlar, 2016).

Kalite, üretim (imalat) ve hizmet sektörünün önemli rekabet unsurlarından biridir. Zorlu rekabet ortamında piyasada yer bulmak, karlılığı arttırmak ve tüketici beklentilerine cevap verebilmek amacıyla üreticiler kalite standartlarını sürekli yüksek tutmak zorundadırlar (Erdil ve Baydar, 2007). Kalite, sadece üreticileri değil tüketicileri de ilgilendiren bir kavramdır. Tüketiciler kaliteli ürün veya hizmeti satın alarak faydayı en üst düzeyde elde etmeye çalışırken, üreticiler de kaliteyi yakalamak ve geliştirmek amacıyla yatırımlar yaparak karlılıklarını en üst düzeyde tutmaya çalışmaktadırlar (Gelmez, 2016).

Ürün kalitesini oluşturan üç aşamayı Güçlü Öğüt (2008);

- Tasarım (Üretim Öncesinde)
- Uygunluk (Üretim Aşamasında)
- Kullanım (Üretim Sonrasında) olarak tanımlamıştır.

Garvin (1996) ise tüketicinin algıladığı kaliteyi;

- Performans
- Özellikler
- Güvenilirlik
- Uygunluk
- Dayanıklılık
- Hizmet Görme Yeteneği
- Estetik
- Algılanan Kalite (İtibar) olarak sekiz boyutta incelemiştir.

2.1.2. Eğitimde Kalite

Birçok değişkenin etkileşimiyle oluşan kalite kavramı, bireylerin bütün hayatını düzenleyen ya da etkileyen bir süreç olan eğitimde de birçok değişken ile birlikte oluşturulmuştur (Kalfa, 2007). Eğitimde kaliteyi öğrencilerin şimdiki ve gelecekteki okullarına ve topluma bağlılıklarını arttıracak sosyal, bilimsel ve etik değerlerini geliştirecek çalışmaların sürekli olarak iyileştirilmesi şeklinde tanımlanabilir (Baykara, 1999). Numanoğlu (2001)'a göre ise kalite "eğitimin amaç ve işlevlerinin gerçekleştirilmesi veya bunu başarma biçim ve derecesi" olarak tanımlanmıştır. Kaliteli eğitim-öğretim kurumları denildiğinde sahip olunan imkânların en iyi şekilde kullanarak, öğrencilere bilgiye ulaşmayı, bilgi üretmeyi öğretmesi ve kendi alanlarında uluslararası ortamda başarılı olabilecek yeteneğe sahip olmalarını sağlayacak eğitimin verildiği kurumlar olarak tanımlanabilir. (Harvey ve Garvin). Bütün sektörlerde olduğu gibi kaliteyi geliştirmek ve iyileştirmek eğitim hizmetlerinin de en önemli sorunudur (Kelesbayev, 2014).

Yeni eğitim sistemimizin amacı olan sorgulayan, araştıran, bilimsel düşünebilen bireyler yetiştirmek için okulların bünyelerindeki tüm unsurlarla kaliteyi yakalamayı hedeflemeleri gerekmektedir. Kalitenin özellikleri bakımından düşünüldüğünde eğitime uyarlanabileceği görülmektedir (Tufan, Mızrak ve Çelik, 2009).

Diğer sektörlerde olduğu eğitim sektöründe de üretim önemlidir. Eğitim kurumları üretmek zorundadırlar. Ancak diğer mal üreten sektörlerde olduğu gibi eğitim sektöründe üretimi net olarak ortaya koymak kolay değildir. Piyasada kalite çok farklı yapıdaki elemanların değişim ve etkileşimiyle ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple kalite unsurları tek başlarına incelenemez (Özdemir, 2002).

Eğitimde de bu nedenle kalite kavramını hem süreç hem de çıktı boyutlarında incelemek gerekir. Çıktı, kurumlarca belirlenen hedeflerin ve istenilen sonuçların elde edilmesini, süreç ise örgüt fonksiyonlarındaki basamakların belirlenen amaçlara yönelik etkili bir biçimde çalışmasını ifade etmektedir (Tezsürücü ve Bursalıoğlu, 2013).

Bilgi üretiminin zenginleştirilmesi ve öğrencilerin donanımlarının zenginleştirilmesi eğitimde kalite tecrübe edilmeden öğrenilmez. Bu özellik eğitim hizmetlerinin değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Eğitim için kalite farklı durumlara göre

pazarlama yönünden değişiklik gösterebilir (Cubillo, J.M., Sanches, J. ve Cervino, J., 2006);

- Yılda yıla
- Eğitimden eğitime
- Sınıftan sınıfa
- Öğrenciden öğrenciye
- Ülkeden ülkeye

Bu sebeple eğitim hizmetlerinde kalite her bir müşteri (öğrenci-veli) için farklı anlam taşımaktadır.

2.1.3. Kalitenin Özellikleri

Hayatın her alanında ortaya çıkan kalite kavramı genel olarak hizmet kalitesinde de şu özelliklere sahip olması gerekmektedir (MEB, 2001; Öksüz, 2007):

- Erişebilirlik,
- Zamanlılık,
- Profesyonellik,
- Güvenirlilik,
- Doğruluk,
- Tamlık,
- Süreklilik,
- Esneklik,
- Ortam (Ergonomi),
- Güvenlik,
- Görünüm,
- Anlaşılabilirlik,

2.1.4. Eğitimde Kalite Göstergeleri

Eğitim, hizmet sektörünün soyut özelliklerini taşıyan bir alandır. Eğitimde kalite için eğitim kurumları müşterisi olan öğrencilerinin beklentileri ve ihtiyaçlarını karşılamak için çaba göstermektedir. Eğitim hizmetleri, doğası gereği, diğer hizmet işletmelerinden farklı olarak oldukça fazla kişisel iletişim ve farklı birçok karmaşa içerir. Genel olarak bütün hizmetler belirli bir pazarlama strateji başvurusu gerektiren özel özelliklere sahiptir. Hizmetler özellikleri gereği dokunulmaz, test edilmez ve sahip olunamazlar. Ayrıca heterojen, kolay bozulabilir eş zamanlı üretim ve tüketime ihtiyaç duyulur. Müşteriler yüksek seviyede dokunulmazlıkla karşılaşılır, bu dokunulmazlık müşterilerle olan iletişimi engeller. Sonuç olarak müşterilerin karar süreci doğrudan hizmeti değerlendirme sürecinden etkilenir. Müşteriler marka imajı, kuruluşun merkeze yakınlığı, gibi birçok özelliği analiz ederler. Hizmetler, bir çeşit hizmet paketi olarak sağlanır. Yani hizmet kuruluşunun imajı ulaşımı vb birçok özelliği müşteriler tarafından değerlendirilir (Cubillo, J.M., Sanches, J. ve Cervino, J., 2006; Fındıklı, 2010).

Son yüzyılda oluşan ekonomik-kültürel, sosyal- siyasal ve bilimsel-teknolojik gelişmelerin ışığında yükseköğretim sisteminin yeniden düzenlenmesi zorunlu hale getirmiştir. Bilginin öneminin artmasıyla toplumlarda yükseköğretime duyulan talep artmakta, yükseköğretim sistemlerinin değerlendirilebilir ve açık süreçler şeklinde geliştirilmesi zorunlu hale getirmiştir. Gelişen teknoloji, eğitim ve araştırma alanlarında farklı materyallerin kullanılmasını sağlamakta, esnek öğrenme yollarının ve yaşam boyu öğrenmenin önemini de artırmaktadır. Küresel dünya ekonomilerinde de yükseköğretime duyulan talep hızlı bir artış göstermiştir. Bu gelişmeler iş dünyasının yükseköğretim kurumları ile ilişkinin önemini artırmakta; rekabet de eğitimde kaliteyi zorunlu hale getirmektedir. Küreselleşen dünyada artan mal ve hizmet dolaşımı, yükseköğretim kurumlarından başlayarak, yükseköğretim sistemine dâhil herkesim veya kişiyi, bu gelişmelerin zorunlu hale getirdiği değişimleri gerçekleştirilmeye veya gerçekleştirilmesi için çaba sarf etmeye yönlendirmektedir. Bu durum da yükseköğretim sistemini önemli ciddi bir şekilde uluslararası rekabete açık hale gelmiştir (Yükseköğretim Kurulu, 2010).

Eğitim hizmetini alan müşteri konumundaki öğrencilerin memnuniyetlerinin sağlanması için de, soyut olan eğitim faaliyetiyle beraber, çekici ders veya anlatım materyallerinin kullanılması gerekmektedir. Kaliteli olarak algılanabilecek bir eğitim

hizmeti için, soyut ve somut unsurların birlikte verilmesi günümüzde zorunlu bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Üniversitelerin birçoğunda, kaynak yetersizlikleri nedeniyle birçok ders materyalinin eksik olması, verilen eğitim hizmetiyle sağlanan tatmin düzeyinin düşmesine ve öğrenci memnuniyetsizliğine neden olmaktadır. Ayrıca mevcut üniversite birimlerinin bu eksiklikleri giderilmeden, yeni üniversitelerin de yetersiz kaynaklarla kurulması, bu olumsuz durumun şiddetini artırmaktadır (Özçalık, 2007).

Eğitim hizmetinin müşterileri, bizzat hizmetin bulunduğu mekânda hizmetin verildiği zamanında bulunması gereklidir. Öğrencilerin duyduğu tatmin ve öğrenci memnuniyeti (Özçalık, 2007);

- Hizmeti veren öğretim elemanlarıyla olan etkileşimden,
- Eğitim hizmetlerinin gerçekleştiği zaman ve ortamdan
- Eğitim hizmetini alanların, aldığı bu hizmeti algılama şekillerinden etkilenmektedir.

Hizmet Kalitesinin Boyutlarının Eğitim Hizmetlerine Uyarlanmasını ise Duygun (2007) Tablo 1’de verilen haliyle betimlemiştir.

Tablo 1. Hizmet Kalitesinin Boyutlarının Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması

Hizmet Kalitesinin Boyutları	Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması
Güvenilirlik	Derslerin ders programı ışığında yapılması, Derslerin zamanında yapılması, Öğrencilerin tutulan bütün kayıtların hatasız olması Eğitim kurumlarında çalışan personelin öğrencilerin problemlerini çözmeye istekli olmaları
Duyarlılık	Eğitim kurumlarında çalışan personelin öğrencilere hizmet etmeye istekli olması, Derslerin zamanında başlaması, Derslerin zamanı ile ilgili bilginin öğrencilerle paylaşılması Eğitim kurumlarında çalışan personelin öğrencilerle ilgilenebilecek zaman ayrabilmesi
Yeterlilik	Eğitim kurumlarında çalışan personelin yeterli bilgi ve beceriye sahip olması,
Ulaşılabilirlik	Eğitim kurumlarının konum olarak kolay ulaşılabilir olması

Nezaket	Eğitim kurumu çalışanlarının öğrenciye gereken ilgi ve saygıyı göstermesi Eğitim kurumlarında çalışan personelin öğrenciye bütün itenlikleri ile hizmet vermesi
İletişim	ğrencilerin dilek ve Őikâyetlerinin dikkate alınması, Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencinin haberdar edilmesi,
İnanılrlık (Dürüstlük)	ğretmenlerin alanında yetkin olmaları öğretmenlerin derslerinde verdikleri örneklerin yeterliliği ve güncelliği, öğretmenlerin derslerindeki hitabet becerisi, ğretmen-ğrenci iletişiminin yeterliliği, öğrencilerin aldıkları eğitime güvenmeleri
Güvenlik	Eğitim kurumlarının öğrencilerin kişisel verilerinin gizliliğini önemsemesi,
Anlaşılabilirlik (ğrenciyi Anlamak)	Derslerin ğrencilerin seviyesine uygun işlenmesi, Eğitim kuru çalışanlarının öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması,
Hizmetin Somut Yönleri (Fiziksel Varlıklar)	Eğitim kurumunun fiziki ortamının modern görünmesi Eğitim kurumlarının fiziksel olarak binasının göze hitap etmesi Eğitim kurumlarının temiz ve düzenli olması, Sınıf ortamlarının işlenen derslere uygun olması, Eğitim kurumlarında çalışan personelin görünüşü, bakımı Ders sırasında kullanılan materyallerin yeterliliği,

Eğitimde kalite göstergelerini hizmet kalitesi boyutlarının eğitim hizmetlerine uyarlandığı Tablo 1'den yorumlamak mümkündür. Çünkü hizmet kalitesi boyutlarını tamamını sağlayan bir hizmet kalitelidir diyebiliriz. Tablo 1'de görüldüğü gibi eğitim hizmetlerinin güvenilirlik, duyarlılık, yeterlilik, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, inanılrlık, güvenlik, anlaşılabilirlik ve fiziksel varlıklar gibi özelliklerin eğitim hizmetlerinde sağlanması eğitim hizmetlerinin kaliteli olduğunun bir kanıtıdır.

2.1.5. Yükseköğretimde Kalite Göstergeleri

Türkiye’de yükseköğretimin kalite standartlarına uygun olabilmesi ve bu alanda uluslararası bir uyumun sağlanabilmesi için Yükseköğretim Kurulunca “Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme” yönetmeliği yayınlanmıştır. Bu yönetmelik kapsamında, yapılan çalışmaları düzenlemek üzere, Yükseköğretim Kurumları Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu (YÖDEK) kurulmuştur (YÖK, 2007).

Yükseköğretim Kurulu tarafından “Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği’nin” 2005 yılında eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerinin kalitesinin geliştirilmesi ve değerlendirilmesi amacıyla, Avrupa Kalite Güvencesi Standart ve İlkelerine de uygun olacak biçimde yayınlanmıştır. Yükseköğretim hizmetlerinde kalite standartlarının oluşturulması ve bu alanda uluslararası uyumluluğun sağlanabilmesi amacıyla hazırlanan yönetmelik, yükseköğretim kurumların eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri ile bu alanlardaki idari hizmetlerin değerlendirilmesi, kalitelerinin geliştirilmesi, bağımsız “dış değerlendirme” süreciyle kalite seviyelerinin onaylanması ve tanınması konusundaki çalışmalara ilişkin esasları düzenlemektedir (YÖK, 2010)

Bu kurulun üyeleri Üniversiteler Arası Kurul tarafından seçilmiş dokuz üye ile Ulusal Öğrenci Konseyi tarafından belirlenmiş bir öğrenci temsilcisidir. Bu kurumun görevi yükseköğretim kurumlarındaki akademik değerlendirme ve kalite geliştirme alanlarındaki çalışmaların ulusal düzeyde düzenlenmesi ve koordinasyonudur. Bu çalışmalar için YÖDEK, Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Rehberini oluşturmuştur. Buna göre Yükseköğretim kurumlarında yapılan akademik değerlendirmelerin ve kalite geliştirme çalışmalarının sistemli bir biçimde yürütülebilmesi için gerekli süreç ve performans verilerini tanımlamıştır (Yükseköğretim Kurulu, 2010).

Yükseköğretim Kurumları Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Süreci, Stratejik Planlama Süreci, Kurumsal Değerlendirme Süreci, Periyodik İyileştirme ve İzleme Süreci şeklinde tanımlamalar yapılmıştır.

Belirlenmiş olan her strateji ve/veya hedefin gerçekleştirilebilmesi için, bu alanda ilgili kurum tarafından ölçülebilir ve anlaşılabilir nitelikte birim veya alt birim hedefleri oluşturularak ilgili birimde görevli yöneticilerin bu hedefleri

gerçekleştirmeden sorumlu olmaları beklenir. Süreç yönetimi uygulayan yükseköğretim kurumlarında oluşturulmuş olan birim hedefleri bu alanda ilgili süreçlerin amaçlarına dönüştürülerek, süreçten sorumlu olanların bu amaçlara ulaşması beklenir (YÖK, 2007).

2.1.6. Kaliteli Öğretmen Tanımlaması

Kaliteli bir eğitimde birçok unsur etkili olmakla birlikte en önemli unsur eğitimin vazgeçilmezi olan öğretmenlerdir. Eğitim hizmetlerinden istenilen ve hedeflenen başarının yakalanabilmesi, amaçlanan noktaya ulaşılabilmesi için eğitim, araç-gereçler, fiziksel imkânlar ve eğitim hizmetini alan öğrencilerin beklentilerinin karşılanması gibi şartların eğitim sisteminde mümkün olan en iyi seviyeye getirilmesi gerekmektedir (Murat, Aslantaş ve Özgan, 2006).

İhtiyaroğlu (2010)'nun, Anderson (1989)'un yaptığı bir araştırmadan aktardığına göre “Öğretmen kimdir?” sorusuna toplumdun verdiği ilgi çekici cevaplardan bazıları şu şekildedir:

- Öğretmen, eğitimin temel unsurudur, yeri hiçbir şekilde doldurulamaz,
- Öğretmen insan mimarı, insan mühendisidir,
- Her iyi, doğru, güzel ve büyük değerde öğretmenin emeği ve payı vardır. Bu değerlerin taşıyıcısı ve yansıtıcısıdır,
- Akıl, bilgi, sevgi, saygı, hak, adalet gibi insanlığın en yüce değerleri öğretmenin karakteri ve niteliğidir,
- Öğretmen bilgiye erişme kaynağı; sevgi, heyecan ve hoşgörü sembolü olduğu gibi erdemli insan modelidir,
- Öğretmen, demokratik kişi örneğidir,
- Öğretmen, güzel duyguların kaynağıdır,
- Öğretmen, her bakımdan toplumsal liderdir.

Kaliteli bir öğretmende bulunması gereken niteliklerin genellikle “etkili öğretmen” niteliklerine vurgu yaptığı görülmektedir (Erden, 1998). Esas olarak etkili bir öğretmeni; “uygulanan programın hedefleri doğrultusunda öğrencinin öğrenmesine yardımcı olan öğretmen” şeklinde açıklamaktadır. Bunun büyük bir oranda başarılabilmesi için öğretmenlerin kişisel ve mesleki nitelikleri önemlidir. Öğretmelerde bulunması gereken kişisel nitelikleri;

- Öğrencilerine insani olarak değer verme
- Öğrencilere önemli ve kendilerinin değerli olduğunu hissettirme
- Öğrencilerin ilgilerini önemseme
- Yeniliklere açık, dostane tavır sergileyen, sabırlı, duyarlı ve eğlenceli olma
- Öğrencilerin bireysel olarak farklı özelliklere sahip olduğunun farkında olması
- Öğrencilerine arkadaşça tavırlar ve davranışlar sergileyebilme özellikleridir.

Öğretmenlerin yukarıda sayılan kişisel özellikleri eğitim süreçlerinde öğrencilerin okula, derse ve öğretmene olumlu tutum geliştirmesine yardımcı olacak ve öğrenme düzeyinde bir artış gerçekleşecektir. Etkili bir öğretmenin sahip olması gereken başka bir önemli bir nitelik de, mesleki donanımdır. Bu nitelikleri (Akbulut, 2006) :

- Genel kültür bilgisine sahip olma
- Alanına hâkim olma
- Mesleki iletişim becerilerine sahip olmak olarak açıklamıştır.

Öğretmen, toplumun sosyal ve kültürel özelliklerini hâkim olmalı yaşadığı toplumun ve uluslararası kültür özelliklerini ve evrensel değerleri öğrencilerine sunabilmelidir. Öğretmen, ülkesinde ve dünyada yaşanan gelişmeleri takip etmeli, gerekli olduğunda bu gelişmeleri öğrencilerine aktarmalıdır (Akbulut, 2006).

2.2. HİZMET KAVRAMI

2.2.1. Hizmet Kavramının Tanımı

Geçen yüzyılda, sanayi devrimiyle birlikte endüstriyel gelişmelere paralel olarak, hizmet sektöründe de önemli gelişmeler yaşanmıştır (Karakaya ve Kobu, 1994). Son yılların ekonomi istatistiklerine bakıldığında, imalat sektöründeki büyüme hızının yavaşladığı, hizmet sektörünün büyüme hızının ise hızla arttığı görülmektedir. Hizmet sektörü içerisindeki işletmeler, yoğun rekabet ortamı gereği hizmet alanlarını genişleterek ürün çeşitliliğini sağlamak, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına yanıt verebilecek kalitede bir üretim tarzını benimsemek zorundadırlar (Özçalık, 2007). Bu sebeple de hizmet kalitesi kavramının önemi gün geçtikçe artmaktadır (Çakır, 2008).

Günümüzde hizmet yaşamımızın en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. İnsanla doğrudan ya da dolaylı olarak alakalı olan her alanda hizmetten bahsetmek mümkündür (Buyruk, 1999). Amerikan Pazarlama Birliği hizmet kavramını Bir malın satışına bağlı olmaksızın son tüketicilere ve işletmelere pazarlandığında istek ve ihtiyaç doygunluğu sağlayan ve bağımsız olarak tanımlanabilen eylemler biçiminde tanımlamıştır (Elitaş, 2010; Dilşeker,2011). Hizmeti kişilerin ihtiyaçlarını gideren, yarar ve doyum sağlayan soyut faaliyetler bütünüdür (Karaca, 2007).

Literatürde hizmet kavramının çok farklı tanımları bulunmaktadır. Bunun nedeni hizmeti tanımlayan araştırmacıların kendi alanlarıyla ilgili bir hizmet tanımlaması yapmalarıdır. Bunun sonucunda da farklı yaklaşımlarda farklı hizmet tanımları karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle hizmet kavramı, tanımlanması oldukça güç olan bir kavramdır. Literatür incelendiğinde genel olarak hizmet tanımlamalarını;

- Hizmetleri kategorize eden,
- Hizmetlerin karakteristik özelliklerini öne çıkaran,
- Hizmet yerine toplam hizmet kavramına yoğunlaşan
- Hizmeti hizmetten etkilenen kişiye ya da hizmeti tamamlayıcı ürüne göre tarif eden tanım olarak dört ana başlıkta sıralayabiliriz (Uyguç, 1998).

Eğitim sektörü bireyler arasındaki etkileşimin çok yoğun olduğu hizmet sektörlerinden birisidir (Eroğlu, 2004). Bütün sektörlerde alınan hizmetin kalitesi çok önemlidir fakat eğitim sektöründe alınan hizmetin kalitesi toplum açısından ayrıca çok büyük bir öneme sahiptir (Karaca, 2007).

Hizmet işletmeleri belli başlı bir somut ürün üretmeden ekonomik bir değer oluştururlar. Hizmetler, genel itibariyle fiziksel gibi satın alınmadan önce görülememekte tadılamamakta, hissedilememektedir. Bu nedenle satın almadan önce müşteriler, hizmetin kendilerine sağlayacağı yararı ve sürecin sonuçlarını görememektedir (Göndelen, 2007).

Eğitim hizmetlerinin soyut olması da eğitim hizmetlerinin görüntülenmesinin zorlaştırmaktadır. Birçok eğitim kurumu logolar, farklı sloganlar ve kurumsal görseller kullanarak hizmetlerinin görüntülenmesi kolaylaştırmaya çalışmaktadır (Sütlaş, 2010).

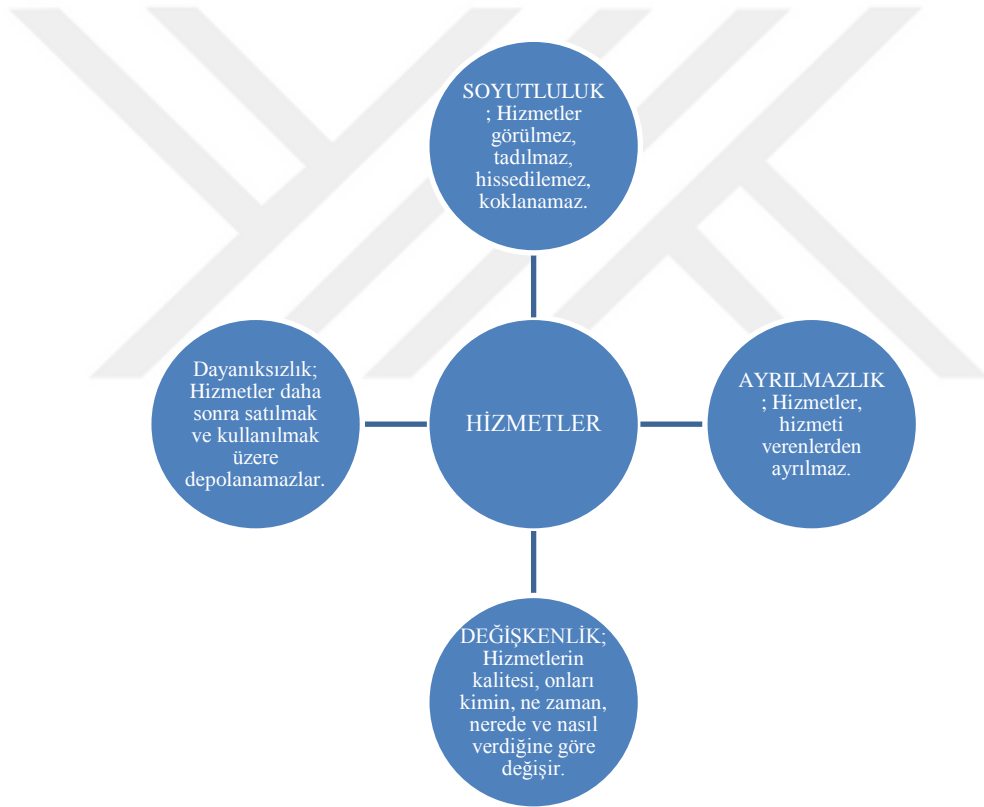
Hizmetlerin somut olan ürünlerle olan bağlantısı, hizmet kavramının tanımlanmasında başka bir zorlukla karşılaşmamıza neden olmaktadır. Ayrıca,

işletmelerin büyük çoğunluğunun ürün ve hizmet unsurlarını tüketicilere sundukları bilinmektedir (Üner, Karatepe ve Halıcı, 1998).

Hizmetlerle ilgili olarak yapılan araştırmalarda, farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. Bunların hepsine ayrıntılı olarak değinmek mümkün değildir.

- Endüstriyel Sınıflandırma
- Kurumsal Sınıflandırma
- Hizmetin Yapısal Özelliklerine Göre Sınıflandırma

Hizmetlerin Özelliklerini ise Kotler ve Armstrong (1999) ve Duygun (2007) Şekil 1'deki haliyle sınıflamıştır.



Şekil 1. Hizmetlerin özellikleri

2.2.2. Hizmet Kavramının Özellikleri

Hizmetin tanımlanmasında olduğu gibi özelliklerinin belirlenmesinde de araştırmacılar tarafından çeşitli sınıflandırmalar oluşmuştur. Fakat genel olarak bütün

çalışmalarda araştırmacıların ortak görüşlerini yansıtan dört temel özellik bulunmaktadır (Altınay, 2016). Bu zellikleri Gelmez (2016) şu şekilde sıralamıştır;

- Soyutluk (Dokunulmazlık)
- Heterojenlik (değişkenlik)
- Üretim ve tüketimin aynı zamanda olması (ayrılmazlık)
- Dayanıksızlık (stoklanamama)

zalık (2007)'ın Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985)'den aktardığına göre çalışmasında bu dört maddeye ek olarak sahiplik özelliğini de eklemiştir. Sahiplik özelliğini, malı alan bir kişi malın sahibi olurken bu malların somut nesnelere olmasının bir sonucudur. Bir hizmet alındığında üzerinde mülkiyet hakkı iddia edilebilecek somut bir nesneye sahip olunamayacağı için hizmetlerde sahiplik özelliği yoktur. Hizmetin bazı malların kullanımı, yani yararlanma durumu olduğu zamanlarda bile, yararlanma hakkı sadece müşterinin hizmet aldığı süre için geçerlidir (ztrk, 2003).

2.2.2.1. Dokunulmazlık

Kotler (1997) hizmeti, üretilen bir mal olsun ya da olmasın bir tarafın diğer tarafa sağladığı dokunulamayan bir faaliyet ya da fayda seklinde tanımlamaktadır. Bu tanımda, hizmetin dokunulmazlık ve sahiplik gibi özellikleri vurgulanmıştır.

Hizmetin dokunulmaz olması, hizmet ile somut mallar arasındaki en belirgin fark dokunulmaz olması yani görülememesi, tadılamaması, hissedilememesidir. Bu zellikler hizmetin dokunulmazlığı kapsamındadır (Songur, 2016). Hizmetin soyut olması, kontrolünün güç olması ve tüketicilerin hizmeti değerlendirmelerinin zor olması gibi sıkıntılara neden olmaktadır (iek ve Doğan, 2009). Bunun sebebi hizmetlerin satın alınmadan önce denenememesi ve duyu organlarıyla algılanamamasıdır (Giritlioğlu, 2012).

Hizmet, fiziksel bir unsur değildir. retildeği ortamda tüketilen bir iş, eylem veya sosyal bir olay, emektir. Hizmet fiziksel malın tanımlanmasında kullanılan, ürünün araştırma özellikleri şeklinde bilinen renk, tarz, ambalaj, tat, dayanıklılık, koku vb. rne bağlı niteliklerle açıklanamaz (zer, 1998). Hizmetlerin sahip olduğu özellikler sebebiyle şirketler, malların pazarlanmasında ortaya konulan performansın

sonuçlarını tahmin edebildikleri halde, hizmet pazarlanmasında öznellik söz konusu olmadığından, tahminler her zaman doğru çıkmamaktadır (Karahan, 2006).

Hizmetlerin soyut (dokunulmaz) olması sebebiyle oluşan önemli sonuçları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Yumuşak, 2006);

- Hizmetler, "patent" ile korunmazlar. Bu sebeple kolayca taklit edilebilirler.
- Hizmetler mallar gibi sergilenemez, tanıtımı yapılamaz. Örneğin raflarda ve vitrinlerde sergilenmesi mümkün değildir.
- Hizmetlerin ücretlendirilmesi süreci zordur. Hizmetin bir biriminin fiili maliyetini hesaplamak ve kalite-fiyat ilişkisini kurmak zordur. Bu sebeple fiyat oluşturulurken objektif özellikler bulmak kolay kolay mümkün değildir.
- Somut olmadığı için hizmet kalitesinin değerlendirilmesi de müşteri açısından zordur.

Hizmetin soyut (dokunulmaz) olma özelliği sebebiyle başka bir hizmetle karşılaştırılması da ayrıca zordur. Hizmetler müşteriler tarafından küçük miktarlarda denenemezler, test edilemezler. Sadece hizmeti tüketmiş olan müşterilerin bilgi ve deneyimlerinden yola çıkarak hizmetler hakkında bilgi edinilebilir (İslamoğlu, Candan ve Hacıfendioğlu, 2006).

2.2.2.2. Türdeş olmama (Heterojenlik)

Hizmeti sunanlar ile hizmeti alanlar arasında gerçekleşen ürün ve hizmetlere göre farklılaşan beklentiler, hizmetlerin bir standardı oluşmasına imkân vermemektedir. Buda hizmetlerin kalite kontrolünü sağlamayı zorlaştırmaktadır (Dilşeker, 2011).

Heterojenlik hizmetlerin standartlaştırılmamasını yani hizmetlerin birbirine benzememesini açıklayan bir özelliktir (Gelmez, 2016). Hizmetin niteliği hizmeti üretene, hizmeti tüketene, zamana ve mekâna göre farklılık göstermektedir (Karahan, 2006). Bu nedenle tüketicilerin davranış ve beklentilerinin standartlaştırılması hizmet üretiminde mümkün değildir (Giritlioğlu, 2012). Bir hizmet alınırken müşteri ancak bu hizmeti daha önceki benzer hizmetle karşılaştırır ve ona göre değerlendirir (Şahin, 2016).

Hizmet sunumları genel olarak bireyler tarafından gerçekleştirilmesi aynı hizmetin iki ayrı sunumunun aynı özellikte olmasını da imkânsızlaştırmaktadır (Elitaş, 2010). Dolayısıyla hizmet işletmeleri yoğun emeğin olduğu işletmeler olduğundan insan faktörü çok önemli bir unsurdur. Bu da hizmette bir standart oluşturulamamasına neden olmaktadır (Göndelen, 2007).

Hizmetin kalitesi, hizmeti alanın ve hizmet verenin içinde bulunduğu duruma ve ortama göre değişebilmektedir (Karahana, 2006). Hizmet kalitesi hizmetin nerede, nasıl ve ne şekilde verildiğine bağlı olmaklar birlikte hizmetin kim tarafından sunulduğuyula da doğrudan ilgilidir. İnsanlar ortaya koyulan hizmetlere göre değişime daha açıktır. Kalitenin aynı hizmeti sunan kişilerin farklılaşmasından dolayı oluşan değişiminin yanında hizmeti sunanın aynı insan olsa bile farklı zaman ve ortamlarda farklı kalitede ortaya çıkabilir. Örneğin bir kişi çoğu zaman nazik ve kibar iken içinde bulunduğu psikolojik durumdan dolayı bazen sinirli ve kaba olabilir. Bu durum bireyin hizmeti verirken ki moral durumu, o anki iş yükü, müşterinin hizmetle ilgili olarak işbirliği yapma seviyesi ve müşterinin kişisel özellikleri gibi farklı faktörlerden kaynaklanır (Mucuk, 2007).

2.2.2.3. Ayrılmazlık

Hizmetler, üretildiği anda tüketildiği için birçok durumda hizmeti veren kişiden ayrılamazlar (Dilşeker, 2011). Hizmetin stoklanamama özelliğinde açıklandığı gibi somut bir mal üretildiği anda tüketilmeyip depolanabilirken, hizmet depolanamamaktadır. Hizmet önce müşteriye satılır ve üretimle tüketim eş zamanlı olarak gerçekleşir (Mucuk, 2012). Bu eş zamanlılıktan da hizmeti üretenle tüketici arasında yakın bir ilişkinin oluşması ortaya çıkmaktadır (Giritlioğlu, 2012). Hizmet bir makine ya da bir insan tarafından da üretilse üreten ile satanın ayrılması söz konusu değildir. Üretim ve tüketim birbirinden ayrılamaz olması yine hizmetin önceden değerlendirilmesine sebep olmaktadır (Yalçın, 2016).

Fiziksel malların önce üretilip sonra tüketildiği görülürken, hizmetler ise çoğu zaman önce satılır, daha sonra üretilir ve tüketilirler. Bir başka deyişle üretimle ve tüketim aynı zaman diliminde gerçekleşir (Sütütemiz, 2005). Kısaca hizmetlerde üretim ve tüketim birbirinden ayrılamaz, karşılıklı bu bağımlılık hizmetin ayrılmazlık

niteliğini ortaya çıkarmaktadır. Müşteri hizmetin üretimini görmekte ayrıca üretim aşamasının içinde de görev almaktadır (Yumuşak, 2006).

Hizmetlerin ayrılmazlık özelliği hizmeti alan ile hizmeti sunan bireyler arasında iletişimin mecburiyetini, ortaya çıkarmaktadır. Hizmet üretenler kendilerini ürünün bir parçası olarak görmeleri müşterilerinde hizmet sürecinde bilgisinin, tecrübesinin, motivasyonunun ve kendine olan güveninin hizmet sisteminin performansını etkileyebilecek olması eşzamanlı üretim ve tüketimin bir sonucudur. Sonuç olarak ortaya çıkan hizmetin kalitesi hizmeti sunanların aktivitelerine ve ilgili hizmeti satın alanların etkinliğine doğru orantılı bir şekilde bağlıdır (Yumuşak, 2006).

Hizmetlerdeki ayrılmazlık özelliğinin ortaya çıkardığı bir zorluk da hizmetlerde mallarda olduğu gibi bir kitle üretimi yapmayı engellemesidir. Bu sebeple hizmet işletmelerinin faaliyet hacmi, mal üreten işletmelere göre daha dar kalmaktadır. Sonuç olarak da hizmet üretiminde merkezileşme yoluyla önemli ölçekte ekonomisine ulaşmak daha güçtür (Öztürk, 2003).

2.2.2.4. Dayanıksızlık ve stoklanamama

Hizmetin ayrılmazlık özelliğinden ortaya çıkan hizmetin üretim ve tüketimin aynı zamanda gerçekleşmesi, ortaya koyulan hizmetin stoklanamaması hizmetleri dayanıksız olarak diğerlerinden ayırmaktadır (Dilşeker, 2011).

Hizmetlerin stoklanamama özelliğinden dolayı pek çok hizmet işletmesi, talep ve arzı dengeleme birçok sorunla yüz yüze gelmektedir. Talep edilen hizmet kararsızdır. Bunun nedeni, talep zamana göre sabit değildir, yani artış ve azalışlar söz konusudur. Örneğin; tutulmayan otel odaları, satılmayan tiyatro biletleri gibi hizmetleri zamanından sonra talep edilmesi mümkün değildir (Ferman, 1988). Müşterinin ihtiyacı, bu ihtiyacın zamanı ve miktarının da değişim göstermesi hizmetlerdeki talep düzensizliğini ortaya çıkarmaktadır (Özer, 1998).

Hizmeti mallardan ayıran stoklama(dayanıksızlık) olarak tanımladığımız özellik hizmetin diğer fiziksel ürünler gibi kullanılmadığı durumlarda saklanamamasıdır (Paylan, 2007). Özellikle eğitim sektöründe hizmete yönelik talebin farklılık gösterdiği zamanlarda sunulan hizmetlerin tüketiciler tarafından değerlendirilememiş olması, işletmeleri talep ve arzı dengede tutma noktasında farklı girişimleri yapmaya zorlayacaktır. Örnek verecek olursak yüksek lisans veya doktora programı açmak

gibi çalışmalarla üniversiteler kendilerine gelir sağlayacak girişimlerde bulunabilir (Midilli, 2011). Yine bazı dersler ancak belirli bir sayıda katılım sağlandığında açılabilir (Sütlaş, 2010).

Dayanıksızlık (stoklama) hizmet özelliği olarak bazı özel unsurları ortaya çıkarmaktadır. Bu unsurları açıklayacak olursak (Midilli, 2011);

- Hizmetlerin kayda geçirilip, stoklanması imkânsızdır.
- Hizmetlerin stoklanmama özelliğinden dolayı hizmet işletmeleri talep ve arzı dengelemekte zorluk yaşamaktadır. Talebin değişken olmaması halinde bir sorun oluşmamaktadır fakat talep dalgalanması işletmelere sorun oluşturmaktadır.

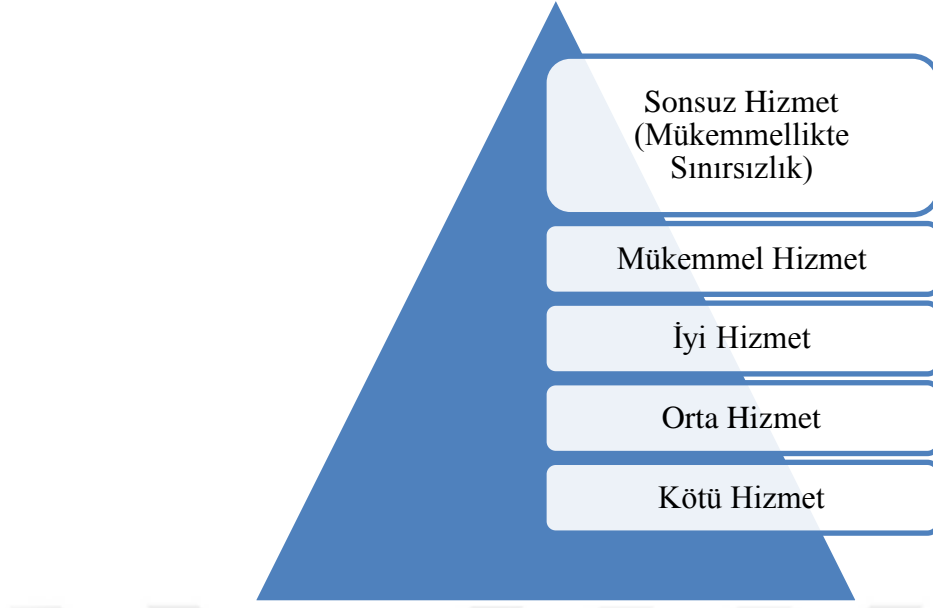
2.2.3. Hizmet Kalitesi Kavramı

Hizmet sektörünün dünyadaki üretim içindeki payının artması, hizmet üreten işletmelerin rekabet edebilecekleri piyasalarının genişlemesi ve tüketicilerin kaliteye verdikleri önemin artması kaliteli hizmet üretiminin önemini arttırmaktadır (Yağcı ve Duman, 2006). Ayrıca hizmet kalitesinin işletme kârlılığını arttıran bir unsur olması da bu kavramın işletmelerce önemini arttıran önemli bir nedenidir (Giritlioğlu, 2012).

2.2.3.1. Hizmet kalitesinin tanımı

Hizmet kalitesi kavramı; işletmeler tarafından verilen hizmetin müşteriler üzerinde bıraktığı etki olarak tanımlanır. Dolayısıyla, hizmet kalitesi üretilen ürünlere göre algılarda değişkenlik gösterebileceği için bu yönü müşterilerin algısını etkileyebilmektedir. Bu algı içinde sunulan hizmet aynı zamanda şirketler tarafından üretilen ve sunulan ürünlere yönelik talep-arz dengesinde değişimler yaşanmasına sebep olabilmektedir (Aymankuy, 2005).

İyi hizmet sunmak ve hizmet kalitesini yükseltmek için, çok büyük çabalar gösterilmekte ve bu alanda başarılı olmak için değişik stratejiler izlenmektedir. İşletmeler, günümüzde piyasada ayakta kalabilmek ve pazar paylarını arttırmak için ürettikleri ve sattıkları ürünlerin yeterli olmayacağını verdikleri hizmetin kalitesini artırmanın gerekliliğinin farkına varmışlardır. Hizmet kalite aşamalarını Şekil 2' de görüldüğü gibi adlandırabiliriz (Karahan, 2006).



Şekil 2. Hizmet kalitesinde sınırsızlık modeli

Hizmet kalitesi tanımları çoğunlukla müşteri odaklıdır; ancak müşterinin dile getirmediği ve açıkça ifade etmediği ihtiyaç ve beklentilerinin de olması sadece sözel olarak ifade ettiklerinin dikkate alınmamasının gerektiğini göstermektedir (Atılğan, 2011). Hizmetin fiziksel olmaması ve üretildiği anda tüketilmesi gibi kendine has özelliklerinin olması sebeplerden hizmet kalitesinin tanımını yapmak güçtür (Dilşeker, 2011).

Hizmetin verilmesinde iki ana faktör vardır. Bunlardan birisi hizmetin verilmesini sağlayan araç ve gereçler iken ikincisi de hizmeti veren insandır. Hizmetin verilmesini sağlayan araç ve gerecin fiziksel unsurlar olması sebebiyle tanımlanması, ölçülmesi ve karşılaştırılması kolaydır (Karahan, 2006). Örneğin, eğitim-öğretim veren bir üniversitenin hizmet kalitesini kampüs, kampüsün konumu, kampüse ulaşım olanaklarının kolay olması, üniversitenin sosyal ve fiziki şartları, eğitim araç ve gereçlerin yeni ve son model teknolojiye uyumlu olması, akademik kadronun ve idari kadronun güçlü başarılı olması gibi sebepler etkilediği için artık öğrenciler üniversite tercihlerinde sadece üniversitelerin eğitim kalitesini değil diğer fiziki faktörleri de göz önüne alarak karar vermektedir. Hizmetler insanlar tarafından sunulduğu için kişiden kişiye değişkenlik göstereceği için hizmeti tanımlamak,

ölçebilmek ve benzer hizmetlerle karşılaştırmak ciddi bir problem olmaktadır (Karahan, 2006).

2.2.3.2. Hizmet kalitesinin türleri

Hizmet kalitesinin özelliklerine göre türlerini dört kategoride inceleyebiliriz. Bu dört özelliği Dilşeker (2011);

- Fonksiyonel Kalite
- Teknik Kalite
- Beklenen Kalite
- Algılanan Kalite, şeklinde sıralamıştır.

2.2.3.2.1. Fonksiyonel kalite

Fonksiyonel kalite kalitenin bir parçası olup hizmetin nasıl sunulduğunu ifade eder. Fonksiyonel kalite, kalite sürecinin aşamalıyla ilgilidir. Bir hizmet özel bir üründen çok eylemler zinciri olduğu için hizmet kalitesini ürüne göre değerlendirmek yeterli değildir. Aynı zamanda hizmet kalitesi hizmetin sunulmuş sürecine göre değerlendirilmektedir (Göndelen, 2007).

2.2.3.2.2. Teknik kalite

Teknik kalite, müşterinin hizmet ürününden ne elde ettiğini belirttiği için teknik kalite sonuçlarla ilgilidir. Teknik kalite müşterilerin hizmet ürünü üzerindeki kaliteyi değerlendirdiği için nesnel bir şekilde ölçülebilir. Teknik kalite ve fonksiyonel kalite birlikte değerlendirildiğinde firma imajını oluştururlar. Müşterilerin hizmetten memnunluk duyması için firmaların iyi bir kalite imajı oluşturması gerekmektedir. Teknik ve fonksiyonel kalitenin başarılı olmasına rağmen müşteriler kötü bir firma imajından etkilenirler ise müşteri memnuniyeti sağlanmaz (Göndelen, 2007).

2.2.3.2.3. Beklenen kalite

Beklenen kalite, müşterinin kendisine sunulacak olan hizmet sürecinden beklentilerini ifade etmektedir. Çünkü her müşterinin satın aldığı hizmetten bir

beklentisi vardır. Müşteri beklentileri, hizmetlerin ve hizmet süreçlerinin değerlendirilmesinde müşteri beklentileri temel alınmaktadır. Müşterileri beklentileri hizmetlerin sunumu esnasında karşılayacakları hakkındaki müşteri inançlarıdır. Müşteri, beklentilerini göz önüne alarak aldığı hizmetin kalitesini değerlendirebilmekte ve hizmet kalitesi hakkında bir düşünceye sahip olabilmektedir (Duygun, 2007).

2.2.3.2.4. Algılanan kalite

Hizmetlerin soyut olması hizmet kalitesinin de soyut olması sonucunu doğurmaktadır. Hizmet kalitesi ile ilgili literatürde hizmet kalitesi kavramı yerine genellikle “algılanan hizmet kalitesi” kavramı kullanılmaktadır (Uyguç, 1998).

Algılanan kalite kavramını müşterinin bir ürün hakkındaki kapsamlı mükemmellik veya üstünlük düşüncesi olarak tanımlayabiliriz. Algılanan kalite sürecinde müşteri algıladığı hizmet performansı ile kendi beklentilerini karşılaştırıp hizmet kalitesi hakkında bir sonuca ulaşmaktadır. Bu durumda algılanan kalite, müşterilerin hizmet sunumu esnasındaki algılamaları ile beklentileri arasındaki uyum sonucu ortaya çıkmaktadır. Eğer müşterinin hizmet algılaması beklentilerinden düşük ise aldığı hizmetin kalitesini düşük olarak algılayacakken hizmet kalitesi algılaması beklentilerinden yüksek ise hizmeti kaliteli olarak algılayacaktır. Ayrıca; algılanan kalite kişiye göre değişen bir unsurdur. Müşteriler aldıkları hizmetlerin kalitelerini, hizmetin kalitesiyle bağdaştırdıkları farklı deneyimlerini göz önüne alarak değerlendirirler. Müşteri aldığı hizmet konusunda bir deneyime sahip değilse, hizmeti genellikle fiyat, marka imajı, satış yeri vb. ipuçlarını göz önüne alarak değerlendirmektedir. Bu sebeple müşteri, hizmet ile ilgili birçok faktörü birlikte algılayarak kaliteye bir anlam yüklemektedir (Duygun, 2007).

2.2.3.3. Hizmet kalitesini belirleyen unsurlar

Hizmet kalitesi literatürde farklı kriterler göz önüne alınarak değerlendirildiği için birbirinden farklı görüşler vardır. Bunun en önemli sebebi ise hizmet kalitesini oluşturan boyutların çeşitli sektörlere göre değişiklik göstermesidir (Duygun, 2007).

- Erişebilirlik

- Zamanlık
- Profesyonellik
- Güvenilirlik
- Doğruluk
- Tamlık
- Süreklilik
- Esneklik
- Ortam (Ergonomi)
- Güvenlik
- Görünüm
- Anlaşılabilirlik

Öksüz (2007) çalışmasında, hizmetlerin kalitesini yukarıdaki gibi boyutlandırmıştır. Fakat hizmet kalitesinin boyutları konusunda literatürdeki içerik bakımından en geniş çalışmayı Parasuraman, Berry ve Zeithaml (1985) yapmıştır. Bu çalışmada hizmetlerin kalitesini 10 alt alana ayırmışlardır;

- Güvenilirlik
- Heveslilik
- Yeterlilik
- Nezaket
- İnanılabilirlik
- Güvenlik
- Ulaşılabilirlik (Erişebilirlik)
- Anlayış
- İletişim
- Fiziksel Değerler

2.2.3.3.1. Güvenilirlik

Hizmet kalitesinde güvenilirlik söz verilen bir hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği olarak açıklanabilir. İşletmenin doğru zamanda doğru hizmeti sunması verdiği sözleri tutması, faturada doğruluk, kayıtların hatasız tutulması güvenilirliğin kapsamına girmektedir (Dilşeker, 2011).

Hizmet boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) güvenilirlik boyunu eğitim hizmetlerinde;

- Derslerin ders programında görülen şekilde yapılması,
- Derslerin zamanında yapılması,
- Öğrencilerin kayıtlarının hatasız bir şekilde tutulması,
- Eğitim kurumlarında çalışan personelin öğrencinin yaşadığı problemleri çözebilmek için çabalaması, şeklinde açıklamıştır.

2.2.3.3.2. Heveslilik

Çalışanların müşteriye yardımcı olma ve hızlı hizmet verme isteği ve hazır oluşudur. Heveslilik aynı zamanda hizmetin zamanında sunulmasını, yapılan hizmetle ilgili işlem belgesinin postalamasını, müşteriye anında geri dönmeyi, hızlı hizmet vermeyi içermektedir (Dilşeker, 2011).

2.2.3.3.3. Yeterlilik

Yeterlilik, işletme personelinin hizmetle ilgili bilgi, beceri, tecrübe ve yetkinliğe sahip olmasını ifade eden boyuttur (Yumuşak, 2006). Personelin yapacağı işi iyi bilmesi ve alanında uzman olması gerektiği için işletmelerin personel tercihlerini yaparken personel yeterlilik kriterlerini iyi belirlemesi gerekmektedir (Göndelen, 2007). Müşteri ile yüz yüze iletişimde bulunan personelin, destek personelinin bilgi ve yeteneklere sahip olması anlamında olduğu için bu boyut çalışanların yeteneklerini, eğitimini içerir (Dilşeker, 2011).

2.2.3.3.4. Ulaşılabilirlik

Ulaşılabilirlik, tüketicilerin sunulan hizmete fazla çaba göstermeden, kolay ve hızlı bir biçimde ulaşabiliyor olmasını ifade eder. Ulaşılabilirlik hizmette kaliteyi yakalamanın en önemli unsurlarından biridir (Göndelen, 2007). Ayrıca ulaşılabilirlik; Kolay iletişim kurma ve yaklaşılabilir olmayı da içerir. Hizmet verenlere telefonla kolayca ulaşabilme (hatların meşgul olmaması, bekletilmeme), hizmeti alabilmek için bekleme süresinin uzun olmaması, çalışma saatlerinin uygun olması, hizmet

tesislerinin müşterilerin kolay ulaşılacakları yerlerde olması ulaşılabilirlik için önem arz etmektedir.

2.2.3.3.5. Nezaket

Nezaket, hizmeti sunan personelin kibar, saygılı, düşünceli ve dostça bir tavır içinde bulunmasıdır. Ayrıca personellerin görünüşlerinin temiz, düzenli ve şık olmasını da bu boyutun kapsamına girmektedir (Dilşeker, 2011).

Hizmet boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) nezaket boyutunu eğitim hizmetlerinde;

- Eğitim kurumlarında çalışan personelin öğrenciye ilgili ve saygılı davranması,
- Eğitim kurumunda çalışan personelin öğrenciye samimiyetle hizmet verebilmesi, şeklinde açıklamıştır.

2.2.3.3.6. İletişim

Hizmeti sunan personelin sundukları hizmet hakkında müşterileri onların anlayabileceği biçimde yani anlayacakları dilden konuşarak bilgilendirilmesi iletişim olarak değerlendirilir. İşletmeler dilini farklı müşterilere göre ayarlayabilmelidir. Ayrıca bu bilgilendirmelerde doğru bilginin verilmesi, abartı ve yalandan kaçınılması önemli bir kriter olarak görülmektedir (Göndelen, 2007).

Hizmet boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) iletişim boyutunu eğitim hizmetlerinde;

- Öğrencilerin dilek ve isteklerinin önemsenmesi
- Eğitimde karşılaşılan problemlerden ve özel durumlardan öğrencilere de haber verilmesi, şeklinde açıklamıştır.

2.2.3.3.7. İnanılrlık

Dürüstlük, doğru sözlülük ve çalışanların hizmet verdikleri müşteri ile içten bir şekilde ilgilenmesi inanılrlık boyutunda yer almaktadır. İnanılrlık boyutu işletmelerin adına ve piyasadaki itibarına katkı sağlar (Dilşeker, 2011). Hizmet

boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) inanılırlık boyutunu eğitim hizmetlerinde;

- Öğretmenlerin alanında yetkin olmaları,
- Öğretmenlerin derslerinde verdiklerin örneklerin yeterliliği ve güncelliği,
- Öğretmenlerin derslerindeki hitabet becerisi,
- Öğretmen-öğrenci iletişiminin yeterliliği,
- Öğrencilerin aldıkları eğitime güvenmeleri, şeklinde açıklamıştır.

2.2.3.3.8. Güvenlik

Güvenlik hizmet sunulan binaların ve kullanılan araç-gerecin emniyetli olması finansal ve kişisel bilgilerinin üçüncü şahıslarla paylaşılmaması anlamına gelmektedir (Duygun, 2007).

Hizmet boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) güvenlik boyutunu eğitim hizmetlerinde; eğitim kurumunun öğrencisinin kişisel kayıtlarında gizliliğin ön planda tutulması şeklinde açıklamıştır.

2.2.3.3.9. Müşteriyi anlamak (Empati)

Müşteriyi anlamak; müşterinin ihtiyaç ve isteklerini anlamak için çaba sarf etmeyi ayrıca bireysel ilgi sağlamayı ve düzenli müşterileri tanımayı kapsar. Aynı zamanda hizmet veren personelin kendilerini müşterilerin yerine koyarak müşterilere kişisel ilgi göstermesi, müşterilerin özel taleplerini karşılayabilmeyi hizmet kalitesi açısından önem arz etmektedir (Dilşeker, 2011).

Hizmet boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) müşteriyi anlamak boyutunu eğitim hizmetlerinde;

- Derslerin öğrencilerin seviyesine uygun işlenmesi,
- Eğitim kuru çalışanlarının öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması, şeklinde açıklamıştır.

2.2.3.3.10. Fiziksel varlıklar

Fiziksel özellikler, personelin dış görünümünü, hizmeti sağlamak için kullanılan araç gereçleri, hizmetin sunulma şeklini ve hizmetin sunulduğu ortamı ifade eden boyuttur (Dilşeker, 2011).

Hizmet boyutlarını eğitim hizmetlerine uyarlayan Duygun (2007) fiziksel varlıklar boyutunu eğitim hizmetlerinde;

- Eğitim kurumunun fiziki ortamının modern görünmesi
- Eğitim kurumlarının fiziksel olarak binasının göze hitap etmesi
- Eğitim kurumlarının temiz ve düzenli olması,
- Sınıf ortamlarının işlenen derslere uygun olması,
- Eğitim kurumlarında çalışan personelin görünüşü, bakımı
- Ders sırasında kullanılan materyallerin yeterliliği, şeklinde açıklamıştır.

2.3. EĞİTİM HİZMETLERİNDE KALİTE VE KALİTENİN ÖLÇÜMÜ

Eğitim istendik davranış değişikliği olarak tanımlanabilir. İnsan içinde yaşadığı doğal, toplumsal ve kültürel çevresi ile sürekli etkileşim halindedir. Davranışın değişmesi de bireyin kendi yaşantısı yoluyla olabilir. Bireyin davranışını değiştirmenin, eğitim olarak kabul edilebilmesi için, davranışın istenilerek ve bilinçli bir şekilde değiştirilmesi gerekir. Eğitim gerçekleşecek olan bu davranış değişikliklerinin sürecidir. Eğitimin niteliğini oluşturan dört temel durum söz konusudur (Başaran, 1984);

- Eğitim, istenilen davranışı gerçekleştirebilme işidir (istendik davranış).
- Birey bir davranışı ancak kendisi yaşayarak kazanabilmektedir (davranış değişikliği).
- Eğitim alacak bireyde oluşturulacak davranış önceden hedeflenen eğitim amaçlarına uygun olmalıdır (istenilen).
- Bireyde davranışın oluşturulabilmesi, planlı bir eğitim sürecine bağlıdır (süreç).

Türkiye’de eğitim sektöründe kalite yönetimi ile ilgili ilk çalışmalar 1990’lı yıllarda başlamıştır. Bu çalışmaları aşağıdaki sebeplerin gerekli kıldığını söylenebilir (Bayraktar, Tatoğlu ve Zaim, 2008);

- Giderek artan rekabet ortamı,
- Mezunlara yaratıcı iş imkânlarının oluşturulması,
- Eğitim programının ve eğitimin müşterileri olarak görülen öğrencilerin beklenti ve ihtiyaçlarını daha iyi biçimde yerine getirebilmesi,
- Yüksek kaliteli eğitim için ihtiyaç olan güncel değişikliklerin sürekli olarak eğitim sektörüne uyarlanması,
- Eğitimde yönetimin sorumluluğunun ve görünürlüğünün artması.

Eğitim kalitesinin geliştirilmesi amacıyla mevcut durumun belirlenmesi, mevcut durumun belirlenen hedeflere uygunluğunun kontrol edilmesi, gerçekleştirilen iyileştirmelerin tanımlanması gibi çalışmalar yapılmalıdır. İyileştirme sürecinin yönetilmesi ve başarısı gibi birçok faktör için verilere ihtiyaç vardır. Veriler ise, “ölçüm” ile elde edilebilir Ölçülemeyen bir şey geliştirilemez ve değerlendirilmesi çok zordur. Veriler ise gerçekleri yansıttığı için eğitim kalitesinin ölçülmesini kolaylaştırır (Fındıklı, 2010).

Genel olarak hizmetler belirli bir pazarlama planlaması gerektiren özel özelliklere sahiptir. Hizmet kavramının özellikleri bölümünde de detaylı olarak açıkladığımız gibi hizmetler dokunulmaz, test edilmez ve stoklanamaz, heterojen, uzun süreli saklanılamaz, eş zamanlı üretim ve tüketim (ayrılmazlık) ihtiyaç duyulan şeylerdir. Eğitim özellikle hizmetin soyut özelliklerini taşıyan bir sektördür. Müşterisi olan öğrencilerinin beklentileri ve ihtiyaçlarını karşılamak için diğer işletmelerden farklı olarak farklı karmaşa içerir. Eğitim hizmetleri, doğası gereği, diğer hizmet işletmelerinden farklı olarak çok büyük oranda kişisel iletişim içerir (Cubillo, J.M., Sanches, J. ve Cervino, J., 2006).

Hizmet kalitesi ile mal kalitesinin ölçüm tekniklerinin ya da yaklaşımlarının farklı olmasının temel sebebi mallarla hizmetler arasındaki farklılıklardır. Hizmet kalitesi ölçümünün diğer kalite ölçümlerinden farklı olmasının sebeplerini sıralayacak olursak (Bozkurt ve Odaman, 1996);

- Hizmetler fiziksel ürünler gibi boyutları anlamında, istisnalar dışında ölçülemez.
- Hizmetler değerlendirilemez ya da incelenemez.
- Hizmetlerin belirli bir saklama süresi yoktur ya da çok kısadır.
- Hizmetler arz-talep dengesine göre yerine getirilir.

- Hizmetlerde ürün güvenilirliğinden çok hizmeti veren personelin güvenilirliği önemlidir.
- Hizmetler genellikle işletmelerdeki düşük ücret alan personeller tarafından gerçekleştirilir.
- Hizmet sunumunda hizmeti veren personel ve hizmet alan müşteri arasında yüz-yüze bir ilişki vardır.
- Hizmetlerin sunumu ile çok sayıda çalışan ilgilidir.
- Hizmetlerde birçok ödeme aracı değişimi yapılır.
- Hizmet kusurları insan kusuru, araç-gereç kusuru yahut her ikisinden de kaynaklanan kusurlar olabilir.
- Hizmet sunumunda bilgisayar sistemlerinin özel kontrollere ihtiyaçları vardır.

Bütün hizmet alanlarında olduğu gibi kalitenin ölçülmesindeki zorluklar tamamen soyut bir hizmet alanı olan eğitimdeki hizmet kalitenin ölçülmesi ile ilgili olarak da ortaya çıkmaktadır. Belirlenecek yöntemin seçilmesiyle ilgili de literatürde farklı görüşler ortaya çıkmaktadır. Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi amacıyla geliştirilmiş pek çok yöntem bulunmasına karşın eğitimde hizmet kalitesini ölçebilmek amacıyla literatürde en fazla tercih edilen yöntem de Holdford ve Reinder' in geliştirdiği "servqual" yöntemi olarak bilinmektedir (Uyguç, 1998). Bir hizmetin kalitesini belirleme sürecinde karşımıza çıkabilecek problemler olduğunu belirtmiş ve bu problemleri aşağıda olduğu gibi belirtilmiştir:

- Hizmetlerin kalitesinin belirlenmesinde hizmet veren ve hizmet alan arasındaki ilişkinin etkili olması nedeniyle hizmet kalitenin tespit edilmesi bir ürünün kalitenin tespitinden daha zor ve karışık bir süreçtir. Hizmet kalitesini değerlendirmede insani davranışların öncesinde tahmin edilememesi ve insanlar arasındaki kişilik özellikleri farklılıkları önemli bir problem oluşturmaktadır. Sadece hizmeti verenin değil alanın da davranış özellikleri hizmet kalitesini etkilediği için hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde insani özellikler önemli bir güçlük oluşturmaktadır.
- Hizmetler ve hizmetlerin kalitesi hakkında değerlendirme yapabilmek için fazla sayıda müşteriye ihtiyaç vardır.

- Hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi sürecinde birçok ölçme aracının literatürde bulunmasına karşın her ölçme aracının üstün yönleri ve eksik yönleri olması başarılı bir değerlendirme yapabilmeyi önemli ölçüde engel oluşturmaktadır.

Dilşeker (2011), çalışmasında hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılan modelleri Tablo 2.'de belirtmiştir.

Tablo 2. Hizmet Kalitesinde Kullanılan Modeller

Hizmet Modeli	Model Açıklaması
Kano Modeli	Müşteri talep ve isteklerini temel alan bir ölçüm aracıdır.
Grönroos'un Modeli	Bu modelde müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmesi, kaliteyi algılama biçimine bağlı açıklanmıştır. Merkezde müşterilerin algısı vardır ve tüketicilerin hizmet beklentileri ile yaşadıkları hizmet deneyimi arasındaki ilişkinin olumlu olduğu kabul edilmektedir.
Normann'ın Modeli	Bu modele göre, hizmet paketini, hizmeti veren çalışanlarla müşteriler arasında oluşan ilişkiyi, hizmetin sunumunu ve hizmetlerin yönetim sisteminin değişebilir ve değişemez özelliklerini bütün unsurları ile içine almaktadır. Kaliteyi tüm yönleri ile bir bütün olarak değerlendirmektedir.
Lehtinen&Lehtinen Modeli	Hizmet kalitesini müşteri ve hizmet veren firmanın personelleri arasında oluşan bir etkileşim olarak değerlendirmektedir. Bu modele göre kalite fiziksel kalite, firma kalitesi ve etkileşimsel kalite olmak üzere 3 boyutta değerlendirilmelidir.
Sasser, Olsen ve Wyckhoff'un Modeli	Bu modelde hizmetin kalitesi hizmetin sonuçlarından daha çok hizmetin nasıl sunulduğunu içerir. Sunulan hizmetlerde kullanılan malzemelerin düzeyi, hizmetlerin sunulduğu tesisler, hizmeti sunan personel gibi sunum aşamasını değerlendirmektedir.
Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin Modeli (SERVQUAL)	Literatürde yapılan çalışmaların birçoğunun temel aldığı bir model olan SERVQUAL modeli, beklenen kalite ile algılanan kalite arasında oluşan farklılığa dayanmaktadır.
Cronin ve Taylor'ın Modeli (SERVPERF)	Performansa dayalı bir hizmet kalitesi modelidir. Müşterilerin algıladıkları ve beledikleri hizmet arasında oluşan farkı temel alan

	hizmetlerin kalitesini ölçmek için kullanılan SERVQUAL modeli müşteri memnuniyetini ön plana almıştır.
Holdford ve Reinders Modeli	Eğitim kalitesini ölçmek için sıklıkla bu yöntem kullanılır. Öğrencilerin ders içeriği ve sunumuyla sınıf deneyimlerinin kalitesi üzerine görüşlerinin alındığı ders değerlendirmesidir.
Firdaus Abdullah Modeli (HEdPERF)	Eğitim kalitesini ölçmek için kullanılan bu yöntem hizmet kalitesini akademik olmayan yönler akademik yönler, erişilebilirlik, program konuları, anlayış gibi boyutlara ayırır

Literatürde eğitim hizmetlerinin kalite ölçümünde Holdford ve Reinders'ın Yükseköğretim Hizmet Kalitesi Ölçeği ve Firdaus Abdullah'ın Yükseköğretim Hizmet Kalitesi Ölçeği (HEdPERF) modelleri ön plana çıkmaktadır.

2.3.1. Eğitim Hizmetlerinde Kalite ve Kalite Ölçümünün Tanımı ve Kapsamı

Eğitim insanlığın doğusundan beri, uygarlık düzeyi ne olursa olsun her toplumda var olan bir süreçtir. Uygar toplumlar sosyal yaşamını sürdürebilmek için farklı kurumlar geliştirmiş, eğitimin kurumsallaşması için de okullar kurmuşlardır. Bununla beraber eğitim sadece okuldan değil aile, sosyal çevre gibi birçok yerlerden etkilenen ve devam eden bir süreç olduğu için ideal olan okul içi ve dışı eğitimin birbiri ile tutarlı olması ve birbirini tamamlaması gerekir. Eğitim, bireyin bütün yaşamı boyunca edindiği tecrübelerin bütününe kapsamaktadır (Varış, 1989).

Günümüzde eğitimin öneminin sürekli artması, eğitimin programlı olarak sürdürülmesini zorunlu kılmıştır. Eğitimde programlama kavramı, öğretim süreci içinde, öğretmenin izleyeceği derslerin konularını ve zaman içinde dağılımını gösteren bir liste anlamını aşarak bireyin her hangi bir eğitim aşamasında, davranışlarında hedeflenenleri geliştirmek üzere okul içinde okul dışında yapılması planlanan etkinliklerin düzenlenip geliştirilmesine yönelik bütün çalışmaları kapsamaktadır (Varış, 1989).

Eğitim hizmetinin müşterileri olan öğrencilerin hizmetin sunulduğu mekânda ve zamanda bulunması gereklidir. Eğitim hizmetinin kalitesi öğrencilerin memnuniyetinden, hizmeti veren öğretim elemanlarıyla olan etkileşimden, eğitim

hizmetinin sunulduğu zaman ve ortamdan, eğitim hizmetini alan öğrencilerin, hizmeti algılama şekilleri etkilenmektedir. Yani eğitim hizmetleri hangi alanda olursa olsun hizmet kalitesi oluşturan boyutlardan etkilenmektedir (Özçalık, 2007).

2.3.2. Yükseköğretim Kurumlarında Kalite

Eğitim, kalkınmanın en faktörlerinden biridir. Çünkü eğitim, bir ülkenin ekonomik, siyasal, bilimsel, toplumsal, kurumlarının kapasite ve yeterliliklerini arttırabilen bir süreç olarak tanımlanır. Ekonomide kalkınma da kişi başına düşen gelirdeki artış ile değerlendirildiği kadar uzun vadede kişi başına düşen gelirin reel artışı ile birlikte; vatandaşların sağlık koşullarının iyileştirilmesi, nüfustaki artış hızının yavaşlaması, gelir dağılımının daha dengeli olması, yoksulluğun önlenmesi ile de değerlendirilmektedir. Eğitimin, beşeri gelişmenin faktör olarak görülen bu unsurlar üzerinde etkisinin önemli bir etkisinin olması bireyler ve toplum açısından önemini arttırmaktadır (Özçalık, 2007).

Sanayi devriminin başlaması ile gelişmiş ülkelerde ve özellikle Avrupa'da teknik bilgiye sahip yetenekli kalifiye personele olan talep, okullaşma sürecini hızlandırmıştır. Yükseköğretim sistemlerinin, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, gelişmiş ve gelişmekte olan bütün ülkelerde büyük bir hızla yaygınlaştığı görülmektedir. Ayrıca, bütün dünyada eğitimin bir insanlık hakkı olarak benimsenmesi ve ülkelerin fırsat eşitliği sağlamak amacıyla uyguladıkları eğitim politikaları sonucunda okul ve buna paralel olarak öğrenci sayıları da giderek artmıştır (Çoban,1999).

Yükseköğretim, bireylere akademik bilgi kazandırmak amacıyla üniversiteler ve diğer kuruluşlar aracılığıyla sunulan bir hizmettir. Bu hizmet bireyden başlayarak geniş anlamda toplumların değişmesinde ve gelişmesinde büyük bir öneme sahiptir. Bu sebeple eğitim hizmetinin kaliteli bir şekilde verilmesi değişim ve gelişmenin başarılı olarak gerçekleşmesini sağlayacaktır (Bayrak, 2007).

Yükseköğretim kurumlarında sunulan hizmetler eylem, hareket ve etkinliklerden oluştuğu için gözle görülüp elle tutulamaz yani soyuttur. Yükseköğretim kurumu personeli eğitim hizmetlerinin sunumunda göstermiş oldukları performanslarına bağlı olarak eğitim hizmetlerinin kalitesinde belirleyici olmaktadır eğitim hizmetlerinde kullanılan araç gerekte aynı şekilde belirleyicidir. Eğitim hizmetleri soyut olmalarına

rağmen kullanılan araç ve gereçler, bu hizmetin somutlaşmasını sağlamaktadır. Eğitim hizmetinin sunumunda kullanılan kaynakların, araçların miktarda yeterlilikleri ve günün teknolojisine uygunluğu da sunulan hizmetlerin kalitesini, memnuniyet seviyesini etkilemektedir (Dilşeker, 2011).

Ülkemizde üniversitelerin eğitim ve öğretim olanakları, vizyonları, yönetilme biçimleri, araştırma-geliştirme, iletişim, bilişim ve ulaşım imkânları, veri toplama, işleme ve bilgi üretme olanak ve kapasiteleri gibi birçok açıdan açısından birbirleriyle farklılık göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin hem üniversiteyle ilgili hem de gelecekle ilgili beklentilerinde farklılıkların olmasına sebep olmaktadır (Korukoğlu, 2003).

Yükseköğretim kurumlarının çalışanları ile bu kurumun müşterisi konumunda olan öğrenciler arasındaki etkileşim yüksek seviyede gerçekleştiği için öğrencinin almış olduğu bu hizmetin kalitesinden memnun olup olmaması bu eğitim hizmetini gerçekleştiren kişinin performansı temel alınarak değerlendirilir. Eğitim hizmeti üretildiği anda tüketilmesi eğitim hizmetinin eş zamanlı üretim ve tüketim özelliğini göstermektedir (Dilşeker, 2011).

2.3.3. Eğitim Hizmetlerinde Pazarlama Karması Elemanları

Hizmet pazarlama sürecinde ürün pazarlama sürecinde olduğu gibi yönetim, önce pazarlama hedeflerini belirlemek için Pazar analizi yaparak uygun pazar seçmeli; bundan sonra da hedef pazarlara ulaşma ve pazarlama hedeflerini gerçekleştirmek için pazarlama planlamasını yapıp uygulamalıdır (Mucuk, 2008).

Literatürde pazarlama ile ilgili çalışmaların çoğunda pazarlama karması temel alınmaktayken sadece belli bir kısmı genişletilmiş pazarlama karmasına değinmektedir (Öztürk, 2005).

Hizmet sektörlerindeki büyümeye bağlı olarak eğitim sektörü de büyümüştür. Her sektörde olduğu gibi eğitim hizmetleri sektöründe de en önemli konulardan biri, eğitim hizmetlerinin pazarlanması konusu olduğu için eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında algılanan hizmet kalitesini belirleyebilmek dikkat edilmesi gereken en önemli faktörlerden biridir (Okumuş ve Duygun, 2008).

Özel eğitim kurumlarının kamu kurumlarından daha çok pazarlama yönlü kurumlardır. Bunun sebebi ise bu kurumların kalite, rekabet, fiyat, fikir beklentileriyle kurulmuş olmalarıdır. Bu nedenle özel öğretim kurumlarının hedeflerine ulaşabilmesi için pazarlama kavramının öneminin farkına varmaları gereklidir (Duygun, 2007).

Müşteriyi temel alma kavramı modern pazarlama da büyük bir öneme sahiptir. Müşteri odaklı pazarlama eğitim hizmetlerinin pazarlanmasına uyarlandığında, eğitim hizmetlerinin müşterisi olarak görülen öğrenciler, veliler ve toplumun eğitimden beklentileri üzerinde odaklanılması gerekli olacaktır. Özellikle özel eğitim kurumlarında öğrenci odaklı pazarlama faaliyetlerinin oluşması pazarlama kavramının geliştirilmesine katkı sağladığı için kurum, yapı ve işleyişini daha iyi duruma getirecektir. Bu sebeple hedef pazarını belirleyen yani kimlere hizmet pazarlayacağını belirleyen her işletmenin yapacağı gibi eğitim hizmeti pazarlayan eğitim kurumları da pazarlama karması stratejilerini belirlemek durumundadır (Duygun, 2007).

Ürün pazarlaması çalışmaları için E. Jerome McCarthy tarafından pazarlama literatüründe yer bulan geleneksel pazarlama karması elemanları Tablo 3'te görüldüğü gibi; ürün (product), fiyat(price), dağıtım (place) ve tutundurma (promotion)'dan oluşan İngilizce sözcüklerin baş harflerinden esinlenilerek, pazarlama karması "4P" şeklinde literatürde yer almaktadır (Karaca, 2007).

Tablo 3. 4P Elemanları

Ürün	Product
Fiyat	Price
Dağıtım	Place
Tutundurma	Promotion

Değişen pazarlama piyasasına bağlı olarak işletmelerde de zorunlu bir değişim çabası içerisine girmişlerdir. Bu da 1960'lı yıllarda 4P olarak belirlenmiş olan pazarlama

karması elemanlarında belli başlı değişikliklerin yapılmasını neden olmuştur (Sümer ve Eser, 2006). Pazarlama sürecinde dünyada olan değişimlerden etkilenen pazarlama piyasası da etkilenmiş ve pazarlama karması tanımlandığında daha önceden ilk olarak düşünölen geleneksel ürün merkezli pazarlamaya (4P), ek olarak müşteri merkezli pazarlamanın formölü olan 4C modeli tanımlanmıştır. Bu modeldeki elemanlar müşteriye sunulan değer (customervalue), müşteri maliyeti (customercost), müşteriye uygunluk (customerconvenience) ve müşteri iletişimi (customercommunication) (Karaca, 2007)'dir.

Bu eleştirilerin kısmen doğru olduğu olmakla birlikte sadece 4C modeli de hizmet pazarlamasında yeterli gelmemektedir. Bu nedenle geleneksel 4P'ye ek olarak insanlar(Personnel–People–Participants), fiziksel olanaklar (Physical environment facilities) ve işlem yönetimi (Processmanagement) eklenmiş ve hepsi ile birlikte 7P oluşturulmuştur. 4P'deki elemanların 4C'deki karşılıkları ise aşağıda verilmiştir (Karaca, 2007);

- Ürün: Müşteriye sunulan değer (Customer Value)
- Fiyat: Ürünün müşteriye maliyeti (CustomerComvenience)
- Yer: Müşteriye Uygunluk, rahatlık (CustomerCost)
- Tanıtım: Müşteri ile olan ilişki (CustomerCommunication)

7P olarak adlandırılan ve hizmet pazarlaması için geçerli olan yeni pazarlama karması elemanları ise; ürün (Product), fiyat (Price), tutundurma (Promotion), dağıtım (Place), fiziksel ortam (Physicalevidence), katılımcılar (Participants), süreç yönetimi (Processmanagement) şeklinde sıralanabilir;

- Ürün: Product
- Fiyat: Price
- Tanıtım: plate
- Tutundurma: Promotion
- İnsan (Katılımcılar): People (Participants)
- Fiziksel olanaklar: PhysicalEvidence
- Süreç: Processes.

Eğitim kurumlarında pazarlama uygulamalarına ve pazar analizinin yapılmasına yön veren pazarlama karması, pazarlama çalışmalarının artırılması için geliştiril bir modeldir. Bunların ışığında eğitim hizmetleri büyük önem taşımaktadır. Pazarlaması açısından hizmet, fiyat, tutundurma, dağıtım (yer), insan, fiziksel ortam, katılımcılar ve sure yönetiminden oluşan 7P modelinin hizmet pazarlamasındaki yaklaşımlar içinde eğitim hizmetleri için de en önemli pazarlama yaklaşımı olduğu kabul edilebilir (Sütlaş, 2010).

2.4. YKSEKGRETİM KURUMLARINDA HİZMET VE KALİTE

Eğitim, kalkınmanın en faktörlerinden biridir. Çünkü eğitim ülkenin ekonomik, bilimsel, siyasal ve toplumsal kurumlarının kapasite ve yeteneğini arttıran bir sure olarak tanımlanır. Ekonomik kalkınma kişi başına düşen gelirdeki artış ile değerlendirildiği kadar uzun vadede kişi başına düşen gelirin reel artışı ile birlikte; vatandaşların sağlık koşullarının iyileştirilmesi, nüfustaki artış hızının yavaşlaması, gelir dağılımının daha dengeli olması, yoksulluğun önlenmesi ile de değerlendirilmektedir. Eğitimin, beşeri gelişmenin faktör olarak görülen bu unsurlar üzerinde etkisinin önemli bir etkisinin olması bireyler ve toplum açısından önemini artırmaktadır (zalık, 2007).

Gelişmiş ülkelerde sanayi devrimiyle birlikte özellikle Avrupa’da teknik bilgi sahibi yetenekli kalifiye personele olan talep, okullaşma surecini hızlandırmıştır. Yükseköğretim sistemlerinin, özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, gelişmiş ve gelişmekte olan bütün ülkelerde büyük bir hızla yaygınlaştığı görülmektedir. Ayrıca, bütün dünyada eğitimin bir insanlık hakkı olarak benimsenmesi ve ülkelerin fırsat eşitliği sağlamak amacıyla uyguladıkları eğitim politikaları sonucunda okul ve buna paralel olarak ğrenci sayıları da giderek artmıştır (oban,1999).

Yükseköğretim, niversiteler ve diğer eğitim kurumları aracılığıyla öğrencilere akademik bilgi kazandırmak için sunulan bir hizmet olarak tanımlanabilir. Sunulan eğitim hizmeti toplumların ve bireylerin değişmesinde ve gelişmesinde büyük bir öneme sahiptir. Bu sebeple eğitim hizmetinin kaliteli bir şekilde verilmesi toplumların ve bireylerin gelişmesini ve değişmesini başarılı olarak gerçekleştirmeyi sağlayacaktır (Bayrak, 2007).

Yükseköğretim kurumlarında sunulan hizmetler eylem, hareket ve etkinliklerden oluştuğu için gözle görülüp elle tutulamaz yani soyuttur. Eğitim hizmetini gerçekleştiren yükseköğretim kurumu çalışanları eğitim hizmetini gerçekleştirirken göstermiş olduğu performansa bağlı olarak hizmet kalitesinde belirleyici olmaktadır eğitim hizmetlerinde kullanılan araç gerekte aynı şekilde belirleyicidir. Eğitim hizmetleri soyut olmalarına rağmen kullanılacak araç ve gereçler, bu hizmeti somut hale getirilmektedir. Eğitim hizmetinin sunumunda kullanılan araçların, kaynakların miktar olarak yeterlilikleri ve çağın teknolojisine uygunluğu da sunulan hizmetin kalitesini, memnuniyet düzeyini etkilemektedir (Dilşeker, 2011).

Ülkemizdeki üniversiteler vizyonları, iletişim, ulaşım bilimsel olanakları, yönetilme biçimleri, eğitim ve öğretim olanakları, araştırma-geliştirme imkânları, veri toplama, işleme ve bilgi üretme imkân ve kapasiteleri gibi pek çok konuda farklılık göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin hem üniversiteyle ilgili hem de gelecekle ilgili beklentilerinde farklılıkların olmasına sebep olmaktadır (Korukoğlu, 2003).

Yükseköğretim kurumlarının çalışanları ile bu kurumun müşterisi konumunda olan öğrenciler arasındaki etkileşim yüksek seviyede gerçekleştiği için öğrencinin almış olduğu bu hizmetin kalitesinden memnun olup olmaması bu eğitim hizmetini gerçekleştiren kişinin performansı temel alınarak değerlendirilir. Eğitim hizmeti üretildiği anda tüketilmesi eğitim hizmetinin eş zamanlı üretim ve tüketim özelliğini göstermektedir (Dilşeker, 2011).

2.4.1. Hizmet Süreçlerinin Yükseköğretim Kurumlarına Uyarlaması

Hizmet kalitesi, mal ve hizmet üreten bütün kurumlar tarafından önem verilmesi gereken bir olgu olduğundan hizmet kalitesi olgusu, hizmet üreten yükseköğretim kurumları için de çok önemlidir. Yükseköğretim kurumları bireylere sadece eğitim veren yapılar değildir. Toplumların gelişmesi ve kalkınması konusunda önemli yapılar olan bu kurumların hizmetlerinin daha kaliteli hale getirilmesi için çalışılmalıdır (Dilşeker, 2011).

Yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinin yönetilebilmesi için, yükseköğretimi birbirini etkileyen parçalardan oluşan bir bütün yani sistem olarak değerlendirmek gerekmektedir. Eğitim bir sistem olarak, birçok faktörün birbirinden etkilenerek oluşturduğu karmaşık bir süreç olarak tanımlanabilir. Eğitim sadece

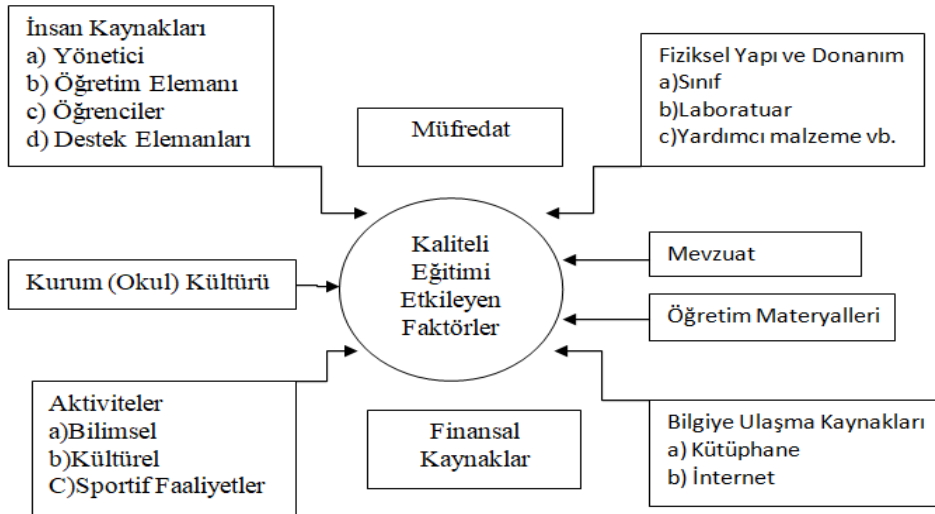
öğrencileri, öğretmenleri, öğrenme konularını eğitim hedeflerini kapsayan bir kavram değildir. Eğitim binaları, laboratuvarları, sınıfları, programları, öğretim araç ve gereçleri, değerlendirme ve ödüllendirme sistemlerini, yöntemleri, psikolojik yardım hizmetleri, maddi şartları gibi birçok faktörü de kapsayan çok yönlü bir sistemdir. Eğitim sürecini oluşturan bütün bu faktörler karşılıklı etkileşim içinde belirli hedef davranışlara ulaşacak biçimde, bir bütün olarak eğitim sistemini oluşturur. Eğitim sisteminde amaç bireylerin zihinsel, sosyal ve kişisel gelişimlerini sağlamak, önceden belirlenmiş istenilen davranışları kazandırmaktır (Özgüven, 1997). Yükseköğretim kurumuna göre üniversitelere düşen görevler şu şekilde özetlenebilir (Gür vd., 2010 akt; Taş, 2015);

- Dünyada yükseköğretimde kalitenin sağlanması, temelde üniversitelerin sorumluluğunda kabul edilmektedir. Üniversitelerde kalite üniversite dışında bazı bürokratik yapıların varlığıyla sağlanmamalı, kendi kendine üniversitelerce sağlanmalıdır. Amerikan akreditasyon sistemi bir kendi kendini düzenlemeye dayalı olduğu için birçok Avrupa örneğine göre daha az bürokratik olmasıdır. Bu da Amerikan akreditasyon sisteminin önemli bir avantajıdır.
- Türkiye'nin öncelikleri ve mevcut durumu bilinmeden, kalite güvencesi konusunda yapılacak çalışmalar üniversiteler üzerinde yeni bir bürokratik yük oluşturma riskini ortaya çıkarmaktadır. Örneğin İngiltere'de kalite güvencesi konusunda son yirmi yılda çok az sayıda köklü politika değişikliğine gidilmiştir. Avrupa yükseköğretiminde de tartışmalı bir konu olan kalite güvencesi konusunda yapılacak çalışmaların, dikkatli ve yavaş olmasında yarar vardır.
- Yükseköğretim kurumları, mevcut programlarının kalitesini artırmak için, mezunlarını izlemeli ve ilgili sektörlerde mezunlarının deneyimlerinden eğitim süresince yararlanmalıdır.
- YÖK'ün ön lisans, lisans ve lisansüstü programların açılması için kaliteye yönelik belirli ölçütleri olmasına rağmen, bu ölçütlere tam olarak uyulduğunu söylemek zordur. YÖK, yükseköğretim programlarına belirli aralıklarla performans değerlendirmesi yapmalı belirlenen ölçütleri sağlamayan programlara eksikliklerini tamamlamaları için ek süre verilmeli, fakat yine bu süreç sonunda da iyileşme sağlanmayan kurumlara çeşitli yaptırımlar uygulanmalıdır.

- YÖK'ün program başvurularını ve programlarının denetimini, memurların yürüttüğü bir değerlendirmede olmamalı, program değerlendirmesi akademisyenlerin/meslektaşların yürüttüğü bir sistem olarak işlemelidir. Yükseköğretim kurumlarının program açma ölçütlerini sağlayıp sağlamadığının denetimi, bürokratik denetimden çok, akran değerlendirmesine bağlı bir sistem olarak yürütülmelidir.
- Sınırlı kaynakların verimsiz kullanımına sebep olamamak için, üniversiteler program açarken, ülkenin ihtiyaçlarını ve mezunların istihdamını göz önüne almalıdır.

Üniversitelerdeki kaliteyi geliştirme süreçleri ve bu süreçlerdeki çalışmalarının sonuçlarını dış denetim kurumlarının denetlemesinin yanında iç denetim çalışmalarıyla da belirlemeye çalışmaktadırlar. İç denetim çalışmalarında üniversite içindeki grupların süreçlere yönelik düşüncelerinin dikkate alınmasıyla başlayan durum tespiti elde oluşturulan verilerin yorumlanmasını içeren karar verme ve sonuçlara bağlı geliştirme çalışmalarını kapsayan adımlarla devam etmektedir.

Öğretim kurumlarının sahip oldukları imkânları en iyi şekilde kullanarak, öğrencilerine bilgiye ulaşmayı, bilgi üretmeyi öğreten ve kendi alanında ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet edebilecek yeterliliğe sahip personel ve öğrenci yetiştirme kapasitesine sahip olmalıdır. Üniversitelerde kaliteli eğitim verilmesini etkileyen başlıca faktörler Şekil 3'te verilmiştir (Serin ve AYTEKİN, 2009).



Şekil 3. Üniversitede eğitim şartlarını etkileyen unsurlar

Üniversitenin görevlerinden biri olan eğitim hizmetlerinin kalitesinin yükseltilmesi yine bu hizmetlerin alıcısı konumundaki öğrenciler tarafından algılanma şekillerinin belirlenmesi, eğitimde kalite çalışmalarını ciciye alan üniversite yönetimlerince oldukça ciddiye alınması gereken bir konudur (Ekinci ve Burgaz, 2007).

2.4.2. Türkiye’deki Yükseköğretim Kurumlarında Kalite Çalışmaları ve Önemi

Ülkemizde ilk olarak eğitim sektöründe 1900’lü yıllarda kalite yönetimine yönelik çalışmalar başlamıştır. Bu çalışmaların ilk olarak yapıldığı üniversiteler Çukurova Üniversitesi Yabancı Diller Eğitim Merkezi (ÇUYADIM), Başkent Üniversitesi Biyomedikal Cihaz Teknikleri Meslek Yüksekokulu (BÜBCTMYO), “Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölümü (AU İBFSTB)” sayılabilir. Bütün bunlar hedeflenen yetkinliğe sahip mezun yetiştirmek, öğrencilerin ve toplumun eğitim kurumlarını için oluşturdukları beklentilerinin belirlenmesi ve süreçlerde iyileştirmeler yapma konusunda anlaşmışlardır. (Sakarya, 2006).

Atılan bu adımlar Yükseköğretim alanında bir ilk olması nedeniyle önemlidir. Ayrıca Marmara, Dokuz Eylül, Sakarya, Ege, Akdeniz, İstanbul Teknik ve Orta Doğu Teknik Üniversitelerinin de içinde bulunduğu birçok üniversitede çeşitli alanlarda çeşitli yöntemlerle kalite düzeyini yükseltme çalışmaları yapılmıştır. Ayrıca ülkemizdeki üniversitelerde kaliteye yönelik çalışmalar hızla artmakta ve Yükseköğretim Kurulunun yönlendirmesi sonucunda birçok üniversitede de kalite programları başlatılmış farklı seviyelerde ilerleme sağlanmıştır (Sakarya, 2006).

Türkiye’deki eğitim sistemde en üst basamakta yer alan yükseköğretim sistemini aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Sarvan ve Anafarta, 2005):

- Yeni üniversite, yeni bölüm ve alanlar, yeni okullar açılmasında zorluk yaşanmaktadır.
- Yükseköğretim sisteminde gün geçtikçe hızla artan ve mevcut kaynakların karşılamakta zorlandığı bir açık vardır.
- Yükseköğrenime sayısal üretim anlayışı hâkim olmaya başlamıştır.
- Yükseköğretimdeki fakülte, bölüm, program, öğrenci sayısı gibi pek çok faktörün geliştirilmesinden üniversite idari yönetimi sorumludur.

- Kalite kontrol uygulamaları esas olarak YÖK tarafından yönetilse de öğrenciler, öğretim elemanları, programlar ve bölümler gibi girdilerin standartlarını kontrol etmek üzere “girdi kontrolü” sistemde yer almaktadır.

2.5. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.5.1. Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar

Çakır (2008) vakıf üniversitelerinde akademik personele uygulanan performans değerlendirme sistemlerinin, bu üniversitelerdeki eğitimin kalitesine etkisini ortaya çıkarmayı amaçladığı araştırmasında, akademik personelin performansının değerlendirilmesinde, ders verme başarısı, akademik yayın sayısı, bölüm ve üniversiteye yapılan hizmet ve öğrenci not ortalamaları kriterlerinin kullanıldığı belirlemiştir. Bu kriterler derinlemesine incelendiğinde, akademik personelin ders vermedeki başarısı, öğrenci not ortalamaları ve akademik yayın sayısının performans değerlendirme kriteri olarak kullanılmasının eğitimin kalitesine etkisi olduğunu bildirmiştir.

Dilşeker (2011) yükseköğretimde hizmet kalitesini ve öğrenci memnuniyetini ölçmeyi amaçladığı çalışmada üniversite tarafından sunulan hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl algılandığını ve bu algılara göre öğrencilerin memnuniyet düzeylerini devlet-vakıf üniversitesi olarak değerlendirmiştir. Ayrıca öğrencilerin memnuniyet düzeyleri yanında tavsiye, sadakat ve imaj üzerindeki etkilerinin de araştırıldığı çalışma sonuçları vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin memnuniyet düzeyinin devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerden fazla olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla memnuniyetin tavsiye ve sadakati de aynı yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Özçalık (2007) yükseköğretim kurumlarının müşterileri olan öğrencilerin üniversite eğitiminden beklentileri ile tatmin düzeylerini araştırdığı çalışmada bulguların öğrencilerin aldıkları eğitimle ilgili tatmin düzeylerinin oldukça düşük olduğunu; ayrıca yükseköğrenim gören öğrencilerin algıladıkları eğitim hizmet kalitesinin bir takım demografik özelliklere göre farklılaştığı ve yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesi düzeylerinin kurumların bazı özelliklerine göre değiştiğini bildirmiştir. Özçalık ayrıca Hizmet kalitesinin yükseltmek ve tatmin düzeyi yüksek

öğrenciler yaratmanın toplam kalite yönetimi gibi hizmet kalitesinin iyileştiren ve geliştiren yaklaşımların yükseköğretim kurumları tarafından hayata geçirilmesi ve bu konudaki yönetsel çabaların sürekliliğinin sağlanmasına bağlı olduğunu savunmuştur.

Sakarya (2006) yükseköğretim kurumlarında kullanılabilir bir öğrenci tatmin ölçeği geliştirmeyi hedeflemiştir. Eğitimin temelinde hizmet sektörünün bir parçası olduğunu vurgulayan Sakarya, eğitimde öğrenci tatminini ölçerken hizmet kalitesinin ölçümlenmesi için geliştirilmiş araçlardan yararlanmış; geliştirilen öğrenci tatmin ölçeği yardımıyla öğrencinin sesinin üretim süreçlerine katılmasını amaçlamıştır.

Seyfullayev, H. (2015). Günümüzde artan rekabet koşulları ve artan tüketici beklentileri, işletmeleri kaliteli ürün ve hizmetler sunmaya zorlamaktadır. Bu anlamda ortaya çıkan hizmet kalitesi kavramı, işletmelerin üzerinde önemle durması gereken bir konudur. Bu araştırmanın amacı kamu ve vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin hizmet kalitesi algıları, memnuniyetleri, sadakatleri, imajları ve tavsiye etme niyetlerini ölçmektir. Ayrıca memnuniyet, sadakat, imaj ve tavsiyenin kalite ile ilişkisinin ortaya çıkarılması da amaçlanmıştır. Araştırma sonuçları kamu üniversitesindeki öğrenciler vakıf üniversitesindeki öğrencilere kıyasla memnuniyet, sadakat, imaj ve tavsiye etme dereceleri daha yüksektir. Ayrıca kamu ve vakıf üniversitelerinde eğitim alan öğrencilerin kalite algısı yüksek olup dolayısıyla memnuniyet, sadakat, imaj ve tavsiyenin kalite ile pozitif yönlü ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

2.5.2. Yurtdışında Yapılan Araştırmalar

Somarathna ve Peiris (2011), yaptıkları çalışmada Sri Lanka'da yer alan Colombo Üniversitesi kütüphanesi özelinde bir araştırma yürüterek çeşitli boyutlarda hizmet kalitesini araştırmışlardır. Bu boyutlar, personel, koleksiyon ve e-erişim, farkındalık, fiziksel tesisler, bilgi kontrolü, kütüphane kataloğu ve güvenliğidir. Araştırmacılar çalışma sonucunda ise yükseköğretim kurumlarının rekabet edebilme kapasitesini arttırmak için teknolojik gelişmeleri takip etmesi gerektiğini bildirmişlerdir.

Petruzzellis, D'Uggento ve Romanazzi (2006) çalışmalarında İtalya'daki yükseköğretim kurumlarının müşteri olarak kabul edilen öğrenciye dönük ne tür uygulamalar geliştirmesi gerektiği araştırmışlardır. Araştırmacılar, yükseköğretim

kurumlarının öğretmenlik hizmetlerinin kalitesinin iyileştirilmesi ve düzenli olarak, yerel ekonomiler ve üretken sistemler ile daha güçlü bir ilişki kurmaları gerektiğinin altını çizmişler ve özellikle Güney bölgesindeki üniversitelerdeki memnuniyetin sosyolojik ve ekonomik yapıdan dolayı öğrenciler tarafından temel olarak olumlu ama dar görüşlü bir tutum ile değerlendirildiğini ve öğrencileri üniversiteleri takdir etmeye zorladığını bildirmişlerdir.

Hanaysha, Abdullah. ve Warokka (2011) yürüttükleri çalışmada Malezyada'daki yükseköğretim kurumlarının kalitesinin öğrencileri tatmin düzeylerini araştırmış ve hızlı karar alma, değişime uyum sağlama, rekabet, esneklik gibi özellikleri yapılarında barındıran yükseköğretim kurumlarının memnuniyet oranlarının yüksek olduğu ve öğrenci beklentilerinin de bu yönde olduğu sonucunu ortaya koymuşlar ve çıkan sonuçların ülkedeki üniversitelere eksiklerini tamamlamak ve kendilerini geliştirmek üzere yol gösterici olacağını belirtmişlerdir.

Douglas, Douglas, ve Barnes (2006) İngiltere'deki Liverpool John Moores Üniversitesi öğrencilerinin tatmin düzeyini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmalarında üniversite tesislerinin öğrencileri çekmek için kullanılabilen bir unsur olduğunu ancak öğrencilerin memnuniyet düzeyini artıran en önemli unsurların öğrenme deneyimi ve öğretimin kalitesi olduğunu belirtilmişlerdir. Yanı sıra yükseköğretimde kalite ve memnuniyet düzeyi çalışmaların yapıldığı üniversite, bölüm gibi unsurlar değiştikçe farklı sonuçlar da elde edildiğini vurgulamışlardır.

Adzoa ve Teresa (2015) öğrencilerin gözünden yapılan bir kalite değerlendirmesini amaçladıkları çalışmalarında, üniversitelerde kalitenin ortaya konması için öğrencilerin bakış açısıyla yapılan değerlendirmelerin tüm dünyada karşılık bulmakta olduğunu vurgulamışlar ve bu çalışmaların üniversitelerin eksiklerini tespit edebilmek ve rekabet gücünü arttırabilmek için önemli veriler sunmakta olduğunu savunmuşlardır. Adzoa ve Teresa (2015) Gana'da bir yükseköğretim kurumunda uyguladıkları memnuniyet ölçeği sonuçlarına göre öğrencilerin %32'sinin olumsuz; %33'ünün ise kararsız görüş belirttiğini ve eğer diğer mevcut öğrenciler tatmin edildiyse bu öğrencilerin de tatmin edilebileceğini bildirmişlerdir. Bu nedenle öğrenci memnuniyeti ve hizmet kalitesi konusunda sık sık anket uygulanması gerektiğini önermişlerdir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren-örneklem, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırma üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerini Sakarya Üniversitesi kapsamında incelediğinden araştırmanın modeli tarama modeli olarak sınıflandırılmaktadır. Tarama modeli araştırmaları büyük bir gruptan yola çıkarak bu grubun parçası olan küçük bir grubun var olan özelliklerini tasvir etmeyi ve açıklamayı amaçlamaktadır (Frankel, Wallen ve Hyun, 2012; Karasar, 2012).

3.2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma evrenini 2017-2018 Eğitim-Öğretim Sakarya Üniversitesi'nin Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Devlet Konservatuvarı, Güzel Sanatlar Fakültesi ve Sağlık Bilimleri Fakültelerinde öğrenim görmekte olan 18322 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenine uygun olarak araştırmanın örneklemini ise Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Devlet Konservatuvarı, Güzel Sanatlar Fakültesi ve Sağlık Bilimleri Fakültelerinde öğrenim görmekte olup Sakarya Üniversitesi Eğitim

Fakültesi’nde Pedagojik Formasyon Eğitimi almakta olan 360 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem seçimi kolay ulaşılabilirlik, ekonomiklik ve zamanın etkili kullanılabilirliği ilkelerinde hareketle uygun örnekleme yöntemi ile yapılmıştır. Uygun örnekleme yöntemi; para, zaman ve iş gücü gibi kaynakları en verimli şekilde kullanmak amacıyla evren içinde yer alan elverişli birimlerin seçilmesiyle örneklemin kolay bir biçimde belirlenme yöntemidir (Gravetter ve Forzano, 2012)

Örneklemdaki yer alan öğrencilerin demografik bilgilere göre dağılımları Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. Örneklemin Demografik Bilgilere Göre Dağılımı

Değişken	Kategori	Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	72	20,00
	Kadın	288	80,00
Doğum yeri	Sakarya	76	21,11
	Diğer	284	78,89
Aile Gelir D.	1.603-2.999	181	50,28
	3.000-4.999	121	33,61
	5.000-7.999	44	12,22
	8.000-üzeri	14	3,89
Anne Eğitim D.	Okur-yazar değil	26	7,22
	Okur-yazar	22	6,11
	İlkokul	159	44,17
	Ortaokul	69	19,17
	Lise	63	17,50
Baba Eğitim D.	Üniversite ve üzeri	21	5,83
	Okur-yazar değil	2	0,56
	Okur-yazar	18	5,00
	İlkokul	117	32,50
	Ortaokul	86	23,89
Fakülte	Lise	95	26,39
	Üniversite ve üzeri	42	11,67
	İİB F.	8	2,22
	Fen-Edb F.	253	70,28
	İlahiyat F.	17	4,72
	Besyo	26	7,22
Öğrenim Türü	Devlet Kns.	15	4,17
	G. Sanatlar	18	5,00
Burs Durumu	Sağ. Bil. F.	23	6,39
	1. öğretim	239	66,39
	2. öğretim	121	33,61
	Burs almıyor	136	37,78
	Saü bursu	10	2,78
Toplam	Kyk bursu	116	32,22
	Diğer	95	26,39
	Birden fazla	3	0,83
Toplam		360	100

Tablo 4 incelendiğinde örneklemin %20'si erkek (72), %80'i kadın (288) öğrenciden oluşmaktadır. Buradan örnekleme kadın öğrencilerin büyük çoğunluk olduğunu söyleyebiliriz. Öğrencilerin doğum yeri bilgileri incelendiğinde doğum yeri Sakarya olanların sayısı 76 (%21,11) iken doğum yeri Sakarya olmayanların sayısı ise 284 (%78,89)'dür. Örnekleme doğum yeri diğer olanların sayısı Sakarya olanlardan haylice fazladır. Aile gelir durumu incelendiğinde ise aile gelir durumu 1.603-2.999 arasında olanların sayısının (181) en fazla olduğu, 8.000-üzeri olanların sayısının (14) en az olduğu görülmektedir. Burada aynı zamanda gelir düzeyi arttıkça kişi sayısının azaldığı Tablo 10'da görülecektir. Anne eğitim düzeyi açısından en yüksek kişi sayısı ilkököl (159) eğitim seviyesinde iken en düşük kişi sayısı üniversite ve üzeri (21) eğitim seviyesindedir. Anne eğitim düzeyine benzer olarak baba eğitim düzeyinde ilkököl (117) eğitim seviyesi en yüksek frekansa sahiptir. Baba eğitim düzeyinde en düşük frekansa ise okur-yazar olmayan (2) grup sahiptir. Örneklemedekilerin eğitim gördükleri akademik birimler açısından fen edebiyat fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sayısının 253 (%70,28) çoğunlukta olduğu görülmektedir. Öğrenim türü açısından örnekleme 1. öğretim olanların sayısı 239 (%66,39) iken 2. öğretim olanların sayısı 121 (%33,61)'dir. Son olarak örneklemin burs durumuna bakıldığından burs almayan 136 (%37,78) öğrenci vardır. Burs alan öğrencilerin çoğunluğu Kyk bursu (116) almaktadır. Sakarya Üniversitesi'ne ait Sakarya Üniversitesi Bilgi Sistemi (SABİS) Öğrenci Bölümünde yer alan "Detaylı Öğrenci Sayılarına göre 2017 yılında Sakarya Üniversitesinde eğitim gören 49765 öğrenci bulunmaktadır (WEB2).

Elde edilen bu sayı araştırmanın evrenin değeridir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004)'e göre evren değeri 10000 kişi için %3 kabul edilebilir hata ve %95 güven seviyesinde hesaplanabilecek örneklem sayısı 322'dir. Araştırmada erişilen örneklem sayısı da (360) hesaplanan bu örneklem sayısından fazla olduğu açıkça görülmektedir. Bu ise örneklem büyüklüğünün yeterli sayıda olduğunu gösterir.

3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili algılamalarını ölçmek ve bu düzeyi belirten olumlu ve olumsuz faktörleri irdelemek amacıyla araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Ölçme aracı

servis performansı (Sevice Performance – SERVPERF) ve servis kalitesi (Servis Quality – SERVQUAL) yöntemleri baz alınarak hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Üniversite öğrencileri memnuniyet ölçeğinin araştırmada kullanımı için Hüseyin Taş'tan izin alınmış olup bu belgeler ekte (EK 1) sunulmuştur.

Ölçme aracı olarak kullanılan üniversite öğrencileri memnuniyet ölçeğinin demografik bilgilerin yer aldığı giriş kısmı ve ölçek maddelerinin yer aldığı ölçekler kısmı olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Ölçme aracının yapısı Tablo 5'te özetlenmiştir.

Tablo 5. Ölçme Aracının Özellikleri

	Madde Sayısı
Demografik Bilgiler	8 madde
Fiziksel Özellikler	7 madde
Hizmet Kalitesi	8 madde
Destek Hizmetleri	10 madde
Akademik Personel	9 madde
İdari Personel	4 madde
Memnuniyet	3 madde
İmaj	3 madde
Tavsiye	3 madde
Sadakat	3 madde

Üniversite öğrencileri memnuniyet ölçeğinin giriş kısmında öğrencilere cinsiyet, doğum yeri, aile gelir durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, öğrenim görülen fakülte, öğrenim türü (1. öğretim ve 2. öğretim) ile burs alma ve burs türü bilgilerini soran maddeler yer almaktadır. İkinci kısımda ise ölçek; hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat boyutlarını ölçen maddeleri içermektedir. Hizmet kalitesi boyutu ise fiziksel özellikler, destek hizmetleri akademik personel ve idari personel olmak üzere dört alt boyut içermektedir. Ölçekte yer alan madde sayıları Tablo 10'da gösterilmiş olup ikinci kısımda toplam 47 madde yer almaktadır. Bu maddeler 5'li Likert ölçeğinde (1=Kesinlikle katılmıyorum; 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım; 4=Katılıyorum; 5=Tamamen Katılıyorum) düzenlenmiştir ve son hali ekte sunulmuştur (EK 1). Ölçeğin hizmet boyutu fiziksel özellikler alt boyutuna “Tesisler görsel olarak çekici ve rahattır”, destek hizmetleri alt boyutuna “Kampüs

içerisinde güvenlik sağlanmıştır”, akademik personel alt boyutuna “Öğrencilere görgü, kültür ve benzeri unsurlar açısından örnek olurlar” ve idari personel alt boyutuna “Öğrencilerin sorunlarını çözmeye samimi istek gösterirler” maddeleri örnek verilebilir. Benzer şekilde memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat boyutlarına sırasıyla “Üniversiteden aldığım hizmet beklentilerimi tamamen yerine getirmiştir”, “Bence bu üniversite öğrencilerin hafızasında iyi bir imaja sahiptir”, “Bu üniversiteyi başkalarına tavsiye ederim” ve “Kendimi üniversiteme bağlı hissediyorum” maddeleri örnektir.

Üniversite öğrencileri memnuniyet ölçeğinin güvenilirliğine bakıldığında Taş (2015) tarafından yapılan çalışmada Cronbach-Alfa katsayısının raporlandığı görülmüştür. Boyutlar bazında incelendiğinde bu çalışmada güvenilirliğin en düşük 0,822 en yüksek ise 0,943 olduğu görülmüştür. Bu çalışmada ise ölçeğin güvenilirlik Likert tipinde maddelerden oluşması sebebiyle Cronbachalpha katsayısı hesaplanmıştır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karedeniz ve Demirel, 2009). Tüm boyut ve alt boyut bazında hesaplanan Cronbachalpha güvenilirlik değerleri Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Üniversite Öğrencileri Memnuniyet Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları

		Cronbach-Alpha	
	Fiziksel Özellikler	0,809	
Hizmet Kalitesi	Destek Hizmetleri	0,865	0,948
	Akademik Personel	0,950	
	İdari Personel	0,960	0,965
Memnuniyet		0,913	
İmaj		0,917	
Tavsiye		0,935	
Sadakat		0,923	

Tablo 6’deki sonuçlara göre Hizmet kalitesi boyutunda yer alan alt boyutlar bazında en düşük güvenilirlik katsayısı 0,809 ile fiziksel özellikler alt boyutundadır. Boyutlar bazında incelendiğinde ise en düşük güvenilirlik katsayısı (0,913) memnuniyet boyutundadır. Ölçeğin tamamına ait güvenilirlik katsayısı ise 0,965’dir. Özdamar (1999) güvenilirlik katsayısının 0,61 ile 0,80 arasında olduğunda orta düzeyde ve 0,80

ile 1,00 arasında ise yüksek düzeyde güvenilir olduğunu belirtmiştir. Tablo 11’de bu çalışma için hesaplanan güvenilirlik değerleri göz önüne alındığında ölçeğin güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu ve bunun çalışma açısından yeterli olduğu söylenebilir.

3.4. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Araştırmanın verileri evren ve örneklem kısmında belirtildiği gibi uygun örneklem yöntemine göre toplanmıştır. Veriler 18-19 Mart 2018 tarihleri arasında Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde formasyon eğitimi alan öğrencilere ilgili ölçek basılı halde bizzat araştırmacı tarafından sunulmuş ve toplanmıştır. Bununla birlikte araştırmacı tarafından öğrencilerden veri toplanması sırasında gönüllük esasını temel alınmıştır. Veriler kontrollü bir biçimde istatistik paket programına aktarılmıştır. Bu süreç içerisinde toplamda beş adayın ölçekteki maddelerin çoğunluğuna yanıt vermediği ve düzgün olmayan biçimde yanıtladığı görülmüştür. Bu yüzden bu beş öğrenciye ait veriler analizden çıkartılmıştır.

Veriler SPSS 22 istatistik programına girilerek birinci araştırma problemi kapsamında ölçeğe ait boyutlar ve alt boyutlara ilişkin betimsel istatistikler sunulmuştur. Ardından bu verilerin demografik bilgilere göre normal olup olmadıkları ilgili yöntemler ile incelenmiş ve verilerin hepsinin belirtilen şartlarda normal dağıldığı görülmüştür. Bundan sonra çalışmanın ikinci araştırma probleminin a, b, g ve h alt araştırma problemlerinde ilişkisiz iki örneklemin bağımlı değişkene ait ortalamasının farklılaşıp farklılaşmadığı sorgulandığı için bu araştırma problemlerinde bağımsız gruplar t testi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2005). Çalışmanın geri kalan c, d, e, f ve i alt araştırma problemlerinde ise ikiden fazla örneklemin bağımlı değişkene ait ortalamasının farklılaşma durumu incelendiği için bu araştırma problemlerinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Yapılan varyans analizlerinde hangi gruplar arasında fark olduğunu bulmak için ise post-hoc testleri kullanılmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde yöntem bölümü veri analizi kısmında yazılan biçimde araştırmanın amacına göre elde edilen bulgular sunulacaktır. Ardından araştırma problemleri sırasıyla ilgili bulgulara tablolar ve açıklamalar kullanılarak yer verilecektir.

4.1. Birinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerinin dağılımı nasıldır?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin düşüncelerinin ölçme aracındaki boyut ve alt boyutlara göre dağılımı betimsel istatistikler ile incelenmiştir. Tablo 7’de betimsel istatistiklere göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 7. Boyutlara Ait Betimsel İstatistikler

Boyutlar	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	SS
Fiziksel Öz.	360	7,00	35,00	3,27	5,79
Destek Hiz.	360	8,00	40,00	3,16	6,77
Akademik P.	360	10,00	50,00	3,40	9,57
İdari P.	360	9,00	45,00	3,23	8,59
Memnuniyet	360	4,00	20,00	3,11	3,90
İmaj	360	3,00	15,00	3,24	3,27
Tavsiye	360	3,00	15,00	3,41	3,43
Sadakat	360	3,00	15,00	3,29	3,52
Kalite Algısı (Toplam)	360	47,00	235,00	3,27	33,71

Tablo 7 incelendiğinde bütün boyutların aritmetik ortalamasının 3’den büyük olduğu ve kalite algısı’nın aritmetik ortalamasının 3,27 olduğu görülmektedir. Boyutlar incelendiğinde aritmetik ortalamasının en yüksekten en düşüğe tavsiye (3,41), akademik personel (3,40), sadakat (3,29), fiziksel özellikler (3,27), imaj (3,24), idari personel (3,23), destek hizmetleri (3,16) ve menüeniyet (3,11) şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 8. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Fiziksel Özellikler Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Modern öğretim araçları ve donanımı (projeksiyon, tepegöz, yazı tahtası, koltuklar, sıralar vb.) vardır.	23	6,39	39	10,83	33	9,17	175	48,61	90	25,00
2. Tesisler (sınıflar, laboratuvarlar, konferans salonları, çalışma alanları vb.) yeterli sayıdadır.	42	11,67	75	20,83	78	21,67	124	34,44	41	11,39
3. Tesisler görsel olarak çekici ve rahattır.	55	15,28	80	22,22	90	25,00	104	28,89	31	8,61
4. Kütüphane koleksiyonları ve veri tabanları öğrencinin akademik ihtiyaçlarını yeterince karşılar.	30	8,33	55	15,28	11	3,056	115	31,94	50	13,89
5. Öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak spor alanları vardır.	56	15,56	72	20,00	93	25,83	110	30,56	29	8,06
6. Bina içi alanlar temizdir.	44	12,22	40	11,11	86	23,89	141	39,17	49	13,61
7. Üniversite mükemmel kampüs planı ve görünüşü olan ideal bir yere sahiptir.	47	13,06	41	11,39	58	16,11	104	28,89	110	30,56
Toplam	297	12,27	402	16,60	449	18,55	873	36,06	400	16,52

Tablo 8’e göre öğrencilerin fiziksel özellik boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrencilerin çoğunluğunun “Katılıyorum” yanıtına yöneldikleri görülmüştür. Buna karşın öğrenciler en az “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa sahip (f=56) 5. Madde (Öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak spor alanları vardır) iken en düşük frekansa 1. maddedir (Modern öğretim araçları ve donanımı (projeksiyon, tepegöz, yazı tahtası, koltuklar, sıralar vb.) vardır. “Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 110) olan 4. madde (Kütüphane koleksiyonları ve

veri tabanları öğrencinin akademik ihtiyaçlarını yeterince karşılar) olurken frekansı en düşük (f=33) olan madde ise 1. madde (Modern öğretim araçları ve donanımı (projeksiyon, tepegöz, yazı tahtası, koltuklar, sıralar vb.) vardır)'dir. "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtında ise 7. maddede (Üniversite mükemmel kampüs planı ve görünüşü olan ideal bir yere sahiptir) en yüksek frekans değeri (f=110) gözlemlenirken, 5. Madde (Öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak spor alanları vardır)'de en düşük frekans değeri (f=29) gözlemlenmektedir.

Destek Hizmetleri boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Destek Hizmetleri Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
8. Öğrencilerin spor faaliyetleri için elverişli koşullar sağlanmıştır.	50	13,89	66	18,33	109	30,28	107	29,72	28	7,78
9. Öğrencilerin taleplerine etkin ve hızlı yanıt veren sağlık hizmetleri (mediko) mevcuttur.	37	10,28	46	12,78	95	26,39	142	39,44	40	11,11
10. Merkezi kafeteryada (yemekhane) sağlıklı ve etkin hizmet verilmektedir.	62	17,22	48	13,33	103	28,61	115	31,94	32	8,89
11. Kampüs içerisinde güvenlik sağlanmıştır.	39	10,83	59	16,39	77	21,39	139	38,61	46	12,78
12. Üniversite, öğrenci kulüpleri kurmamızı destekler ve teşvik eder.	40	11,11	59	16,39	113	31,39	110	30,56	38	10,56
13. Öğrencilerin kullanabilecekleri internet erişimleri mevcuttur.	31	8,61	48	13,33	66	18,33	155	43,06	60	16,67
14. Öğrencilerin kişiliklerini geliştirmelerine imkân verecek zengin kültürel ve sanatsal etkinlikler mevcuttur.	57	15,83	65	18,06	93	25,83	108	30,00	37	10,28
15. Başarılı öğrencilere burs olanağı tanınır.	48	13,33	43	11,94	128	35,56	107	29,72	34	9,44
Toplam	364	12,64	434	15,07	784	27,22	983	34,13	315	10,94

Tablo 9'a göre öğrencilerin destek hizmetleri boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrencilerin büyük kısmının "Katılıyorum" yanıtına yöneldikleri görülmüştür. Buna karşın öğrenciler en az "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar

açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa (f=62) 10. madde (Merkezi kafeteryada (yemekhane) sağlıklı ve etkin hizmet verilmektedir) sahip iken en düşük frekansa (f=31). 13. madde (Öğrencilerin kullanabilecekleri internet erişimleri mevcuttur) sahiptir. “Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 128) olan 15. madde (Başarılı öğrencilere burs olanağı tanınır) olurken frekansı en düşük (f=66) olan madde ise 13.madde (Öğrencilerin kullanabilecekleri internet erişimleri mevcuttur)’dir. “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtında ise 13. madde (Öğrencilerin kullanabilecekleri internet erişimleri mevcuttur)’de en yüksek frekans değeri (f=60) gözlemlenirken, 8.maddede (Öğrencilerin spor faaliyetleri için elverişli koşullar sağlanmıştır) en düşük frekans değeri (f=28) gözlemlenmektedir.

Akademik personel boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 10’da sunulmuştur.

Tablo 10. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Akademik Personel Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
16.Öğretim elemanları düzenli ve şık görünüşlüdür.	47	13,06	53	14,72	92	25,56	125	34,72	43	11,94
17.Öğretim elemanları eğitim hizmetini gecikmeksizin verir.	30	8,33	51	14,17	80	22,22	145	40,28	54	15,00
18. Yardımcı olmaya heveslidirler.	40	11,11	50	13,89	91	25,28	126	35,00	53	14,72
19.Konuları anlaşılacak şekilde açıklayabilirler.	34	9,44	35	9,72	91	25,28	153	42,50	47	13,06
20. Ders içi eğitim öğretim süreçlerinde (ders sunumlarında) etkindirler.	28	7,78	40	11,11	78	21,67	166	46,11	48	13,33
21.Öğrencilere görgü, kültür ve benzeri unsurlar açısından örnek olurlar.	35	9,72	48	13,33	74	20,56	156	43,33	47	13,06
22.Dostça ve sıcak bir yaklaşım içindedirler.	40	11,11	53	14,72	79	21,94	136	37,78	52	14,44
23.Davranışları öğrencilere güven verir.	31	8,61	50	13,89	93	25,83	137	38,06	49	13,61
24.Öğrencinin gizlilik haklarına duyarlıdır.	28	7,78	28	7,78	80	22,22	163	45,28	61	16,94
25.Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler.	26	7,22	23	6,39	57	15,83	168	46,67	86	23,89
Toplam	339	9,42	431	11,97	815	22,64	1475	40,97	540	15,00

Tablo 10'a göre öğrencilerin akademik personel boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrencilerin büyük çoğunluğu “Katılıyorum” yanıtına yönelirken, öğrenciler en az “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa (f=47) 16. madde (Öğretim elemanları düzenli ve şık görünüşlüdür) sahip iken en düşük frekansa (f=26) 25. madde (Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler) sahiptir. “Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 93) olan 23. madde (Davranışları öğrencilere güven verir) olurken frekansı en düşük (f=57) olan madde ise 25. madde (Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler)’dir. “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtında ise 25. madde (Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler)’de en yüksek frekans değeri (f=86) gözlemlenirken, 16. madde (Öğretim elemanları düzenli ve şık görünüşlüdür)’de en düşük frekans değeri (f=43) gözlemlenmektedir. İdari Personel boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği İdari Personel Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
26.Çalışanlar düzenli ve şık görünüşlüdür.	32	8,89	46	12,78	114	31,67	129	35,83	39	10,83
27.Öğrencilerin sorunlarını çözmeye samimi istek gösterirler.	37	10,28	55	15,28	111	30,83	126	35,00	31	8,61
28.Yardımcı olmaya heveslidirler.	41	11,39	53	14,72	111	30,83	122	33,89	33	9,17
29.İsteklere hemen yanıt verirler.	38	10,56	60	16,67	107	29,72	122	33,89	33	9,17
30.Öğrenciye karşı dürüsttüler.	30	8,33	51	14,17	119	33,06	128	35,56	32	8,89
31.Dostça ve sıcak bir yaklaşım içindedirler.	35	9,72	56	15,56	118	32,78	116	32,22	35	9,72
32.Davranışları öğrenciye güven verir.	35	9,72	50	13,89	122	33,89	114	31,67	39	10,83
33.Öğrencilerin gizlilik haklarına duyarlıdır.	23	6,39	29	8,06	116	32,22	149	41,39	43	11,94
34.Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler	29	8,06	49	13,61	108	30,00	137	38,06	37	10,28
Toplam	300	9,26	449	13,86	1026	31,67	1143	35,28	322	9,94

Tablo 11'e göre öğrencilerin idari personel boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrenciler en fazla “Katılıyorum” yanıtına yönelirken, en az ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa (f=41) 28. madde (Yardımcı olmaya heveslidirler) sahip iken en düşük frekansa (f=23) 33. madde (Öğrencilerin gizlilik haklarına duyarlıdır) sahiptir. “Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 122) olan 32. madde (Davranışları öğrenciye güven verir) olurken frekansı en düşük (f=107) olan madde ise 29. madde (İsteklere hemen yanıt verirler)’dir. “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtında ise 33. Maddede (Öğrencilerin gizlilik haklarına duyarlıdır) en yüksek frekans değeri (f=43) gözlemlenirken, 27. madde (Öğrencilerin sorunlarını çözmeye samimi istek gösterirler)’de en düşük frekans değeri (f=31) gözlemlenmektedir. Memnuniyet boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği
Memnuniyet Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
35.Genel olarak verilen hizmetin kalitesinden	32	8,89	46	12,78	114	31,67	129	35,83	39	10,83
36.Üniversiteden aldığım hizmet beklentilerimi tamamen yerine getirmiştir.	37	10,28	55	15,28	111	30,83	126	35,00	31	8,61
37.Her şeyi dikkate aldığımında verilen hizmet tatmin edicidir.	41	11,39	53	14,72	111	30,83	122	33,89	33	9,17
38.Bu üniversitedeki zihinsel gelişimimden tatmin oldum.	38	10,56	60	16,67	107	29,72	122	33,89	33	9,17
Toplam	148	10,28	214	14,86	443	30,76	499	34,65	136	9,44

Tablo 12’ye göre öğrencilerin memnuniyet boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrenciler en fazla “Katılıyorum” yanıtına yönelirken, en az ise “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa (f=41) 37. madde (Her şeyi dikkate aldığımında verilen hizmet tatmin edicidir) sahip iken en düşük frekansa

(f=32)35. madde (Genel olarak verilen hizmetin kalitesinden memnunuz.)sahiptir. ”Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 114) olan 35. madde (Genel olarak verilen hizmetin kalitesinden memnunuz) olurken frekansı en düşük (f=107) olan madde ise 38. madde (Bu üniversitedeki zihinsel gelişimimden tatmin oldum)’dir. “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtında ise 35. maddede (Genel olarak verilen hizmetin kalitesinden memnunuz) en yüksek frekans değeri (f=39) gözlemlenirken, 36. maddede (Üniversiteden aldığım hizmet beklentilerimi tamamen yerine getirmiştir) en düşük frekans değeri (f=31) gözlemlenmektedir. İmaj boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 13’te sunulmuştur.

Tablo 13. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği
İmaj Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
39.Bu üniversite bende her zaman iyi bir etki bırakmıştır.	41	11,39	54	15,00	88	24,44	131	36,39	46	12,78
40.Bu üniversitenin imajı diğer üniversitelerin imajından daha iyidir.	40	11,11	53	14,72	110	30,56	110	30,56	47	13,06
41.Bence bu üniversite öğrencilerin hafızasında iyi bir imaja sahiptir.	37	10,28	46	12,78	108	30,00	120	33,33	49	13,61
Toplam	118	10,93	153	14,17	306	28,33	361	33,43	142	13,15

Tablo 13’e göre öğrencilerin imaj boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrenciler en fazla “Katılıyorum” yanıtına yönelirken, en az ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa (f=41) 39. madde (Bu üniversite bende her zaman iyi bir etki bırakmıştır) sahip iken en düşük frekansa (f=37) 41. madde (Bence bu üniversite öğrencilerin hafızasında iyi bir imaja sahiptir) sahiptir. ”Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 110) olan 40. madde (Bu üniversitenin imajı diğer üniversitelerin imajından daha iyidir) olurken frekansı en düşük (f=88) olan madde ise 39. madde (Bu üniversite bende her zaman iyi bir etki

bırakmıştır)’dir. “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtında ise 41.maddede (Bence bu üniversite öğrencilerin hafızasında iyi bir imaja sahiptir) en yüksek frekans değeri (f=49) gözlemlenirken, 39. Maddede (Bu üniversite bende her zaman iyi bir etki bırakmıştır) en düşük frekans değeri (f=46) gözlemlenmektedir. Tavsiye boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 14’te sunulmuştur.

Tablo 14. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Tavsiye Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
42.Bu üniversiteyi başkalarına tavsiye ederim.	44	12,22	34	9,44	79	21,94	135	37,50	68	18,89
43.Eş, dost ve akrabalarım bu üniversite hakkında olumlu şeyler söylerim.	35	9,72	35	9,72	83	23,06	137	38,06	70	19,44
44.Gelecekteki öğrenciler için bu üniversite tarafından sunulan hizmetleri tavsiye etme hakkında endişem yok.	42	11,67	40	11,11	96	26,67	122	33,89	60	16,67
Toplam	121	11,20	109	10,09	258	23,89	394	36,48	198	18,33

Tablo 14’e göre öğrencilerin tavsiye boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrenciler en fazla “Katılıyorum” yanıtına yönelirken, en az ise “Katılmıyorum” yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtında en fazla frekansa (f=44) 42. madde (Bu üniversiteyi başkalarına tavsiye ederim) sahip iken en düşük frekansa (f=35)43. madde (Eş, dost ve akrabalarım bu üniversite hakkında olumlu şeyler söylerim) sahiptir. ”Kararsızım” yanıtında frekansı en yüksek (f= 96) olan 44. madde (Gelecekteki öğrenciler için bu üniversite tarafından sunulan hizmetleri tavsiye etme hakkında endişem yok) olurken frekansı en düşük (f=79) olan madde ise 42. madde (Bu üniversiteyi başkalarına tavsiye ederim)’dir. “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtında ise 43. maddede (Eş, dost ve akrabalarım bu üniversite hakkında olumlu şeyler söylerim) en yüksek frekans değeri (f=70) gözlemlenirken, 44. maddede (Gelecekteki öğrenciler için bu üniversite

tarafından sunulan hizmetleri tavsiye etme hakkında endişem yok) en düşük frekans değeri (f=60) gözlemlenmektedir.

Sadakat boyutunda yer alan maddelere ilişkin frekans tablosu Tablo 15'te sunulmuştur.

Tablo 15. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Memnuniyet Ölçeği Sadakat Frekans ve Yüzde Değerleri

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
45. Bir daha üniversite seçme şansım olsa, yine kendi üniversitemi seçerdim.	61	16,94	34	9,44	108	30,00	94	26,11	63	17,50
46. Kendimi üniversiteme bağlı hissediyorum.	42	11,67	44	12,22	95	26,39	107	29,72	72	20,00
47. Bu üniversiteye ait olduğum için çok mutluyum.	40	11,11	36	10,00	107	29,72	107	29,72	70	19,44
Toplam	143	13,24	114	10,56	310	28,70	308	28,52	205	18,98

Tablo 15'e göre öğrencilerin sadakat boyutundaki yanıtları incelendiğinde; öğrenciler en fazla "Kararsızım" yanıtına yönelirken, en az ise "Katılmıyorum" yanıtına yönelmişlerdir. Yanıtlar açısından incelendiğinde ise "Kesinlikle Katılmıyorum" yanıtında en fazla frekansa (f=61) 45. madde (Bir daha üniversite seçme şansım olsa, yine kendi üniversitemi seçerdim) sahip iken en düşük frekansa (f=40) 47. madde (Bu üniversiteye ait olduğum için çok mutluyum) sahiptir. "Kararsızım" yanıtında frekansı en yüksek (f= 108) olan 45. madde (Bir daha üniversite seçme şansım olsa, yine kendi üniversitemi seçerdim) olurken frekansı en düşük (f=95) olan madde ise 46. madde (Kendimi üniversiteme bağlı hissediyorum)'dir. "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtında ise 46. madde (Kendimi üniversiteme bağlı hissediyorum)'de en yüksek frekans değeri (f=72)

gözlemlenirken, 45. maddede (Bir daha üniversite seçme şansım olsa, yine kendi üniversitemi seçerdim) en düşük frekans değeri (f=63) gözlemlenmektedir.

4.2. İKİNCİ ARAŞTIRMA PROBLEMİNE İLİŞKİN BULGULAR

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda kadın ve erkek öğrencilerin görüşlerinin farklılaşp farklılaşmadığı t testi ile incelenmiştir. Tablo 16’da t testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 16. Öğrenci Görüşleri İçin Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t	sd	p
Fiziksel Öz.	Erkek	72	23,10	0,35	358	0,723
	Kadın	288	22,83			
Destek Hiz.	Erkek	72	25,28	0,03	106,79	0,973
	Kadın	288	25,25			
Akademik P.	Erkek	72	32,78	-1,24	110,93	0,216
	Kadın	288	34,33			
İdari P.	Erkek	72	29,32	0,30	108,84	0,768
	Kadın	288	28,98			
Memnuniyet	Erkek	72	12,64	0,47	358	0,642
	Kadın	288	12,40			
İmaj	Erkek	72	9,74	0,07	105,99	0,944
	Kadın	288	9,70			
Tavsiye	Erkek	72	10,06	-0,45	358	0,651
	Kadın	288	10,26			
Sadakat	Erkek	72	9,56	-0,88	358	0,378
	Kadın	288	9,97			
Toplam	Erkek	72	152,46	-028	358	0,778
	Kadın	288				

Tablo 16’ya göre hizmet kalitesi boyutu fiziksel özellikler, destek hizmetleri ve idari personel alt boyutlarında erkek öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalamaları kadın öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalamasından daha fazladır. Sadece akademik personel alt boyutunda kadın öğrencilerin aritmetik ortalamaları daha fazladır.

Memnuniyet ve imaj boyutlarında erkek öğrencilerin görüşlerinin ortalaması yüksekken tavsiye ve sadakat boyutlarında kadın öğrencilerin görüşlerinin ortalaması daha yüksektir. Bütün bunlara rağmen yapılan t testi sonucunda kadın ve erkek öğrenciler arasında fiziksel özellikler ($t_{(358)} = 0,35$; $p > 0,05$), destek hizmetleri ($t_{(106,79)} = 0,03$; $p > 0,05$), akademik personel ($t_{(110,93)} = -1,24$; $p > 0,05$) ve idari personel ($t_{(108,84)} = 0,30$; $p > 0,05$) alt boyutları ve memnuniyet ($t_{(358)} = 0,47$; $p > 0,05$), imaj($t_{(105,99)} = 0,07$; $p > 0,05$), tavsiye ($t_{(358)} = -0,45$; $p > 0,05$) ve sadakat ($t_{(358)} = -0,88$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Son olarak toplam puan açısından da cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t_{(358)} = -0,28$; $p > 0,05$).

4.2.1. Doğum Yeri Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri doğum yerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular bulunmaktadır. Bu kapsamda doğum yeri Sakarya ve diğer olan öğrencilerin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı t testi ile incelenmiştir. Tablo 17’de t testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 17. Öğrenci Görüşleri İçin Doğum Yerine Göre t Testi Sonuçları

	Doğum yeri	N	\bar{X}	t	sd	p																																																																												
Fiziksel Öz.	Sakarya	76	23,49	1,02	117,83	0,308																																																																												
	Diğer	284	22,72				Destek Hiz.	Sakarya	76	26,21	1,39	358	0,165	Diğer	284	25,00	Akademik P.	Sakarya	76	33,97	-0,04	358	0,965	Diğer	284	34,03	İdari P.	Sakarya	76	28,20	-0,97	358	0,331	Diğer	284	29,28	Memnuniyet	Sakarya	76	13,78	3,96	358	0,010*	Diğer	284	12,09	İmaj	Sakarya	76	10,47	2,30	358	0,022*	Diğer	284	9,51	Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130	Diğer	284	10,08	Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358
Destek Hiz.	Sakarya	76	26,21	1,39	358	0,165																																																																												
	Diğer	284	25,00				Akademik P.	Sakarya	76	33,97	-0,04	358	0,965	Diğer	284	34,03	İdari P.	Sakarya	76	28,20	-0,97	358	0,331	Diğer	284	29,28	Memnuniyet	Sakarya	76	13,78	3,96	358	0,010*	Diğer	284	12,09	İmaj	Sakarya	76	10,47	2,30	358	0,022*	Diğer	284	9,51	Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130	Diğer	284	10,08	Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55						
Akademik P.	Sakarya	76	33,97	-0,04	358	0,965																																																																												
	Diğer	284	34,03				İdari P.	Sakarya	76	28,20	-0,97	358	0,331	Diğer	284	29,28	Memnuniyet	Sakarya	76	13,78	3,96	358	0,010*	Diğer	284	12,09	İmaj	Sakarya	76	10,47	2,30	358	0,022*	Diğer	284	9,51	Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130	Diğer	284	10,08	Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55																
İdari P.	Sakarya	76	28,20	-0,97	358	0,331																																																																												
	Diğer	284	29,28				Memnuniyet	Sakarya	76	13,78	3,96	358	0,010*	Diğer	284	12,09	İmaj	Sakarya	76	10,47	2,30	358	0,022*	Diğer	284	9,51	Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130	Diğer	284	10,08	Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55																										
Memnuniyet	Sakarya	76	13,78	3,96	358	0,010*																																																																												
	Diğer	284	12,09				İmaj	Sakarya	76	10,47	2,30	358	0,022*	Diğer	284	9,51	Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130	Diğer	284	10,08	Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55																																				
İmaj	Sakarya	76	10,47	2,30	358	0,022*																																																																												
	Diğer	284	9,51				Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130	Diğer	284	10,08	Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55																																														
Tavsiye	Sakarya	76	10,75	1,52	358	0,130																																																																												
	Diğer	284	10,08				Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044	Diğer	284	9,69	Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55																																																								
Sadakat	Sakarya	76	10,61	2,02	358	0,044																																																																												
	Diğer	284	9,69				Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243	Diğer	284	33,55																																																																		
Toplam	Sakarya	76	34,24	1,17	358	0,243																																																																												
	Diğer	284	33,55																																																																															

*Anlamlı farklılık vardır ($p < 0.05$)

Tablo 17'ye göre hizmet kalitesi boyutu fiziksel özellikler, destek hizmetleri alt boyutlarında doğum yeri Sakarya olan öğrencilerin görüşlerinin ortalaması doğum yeri diğer iller olan öğrencilerin görüşlerinin ortalamasından daha fazladır. Akademik ve idari personel alt boyutlarında ise doğum yeri diğer iller olan öğrencilerin aritmetik ortalamaları fazladır. Memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat boyutlarında doğum yeri Sakarya olan öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalaması yüksektir. t testi sonuçları incelendiğinde doğum yeri Sakarya ve diğer iller olan öğrenciler arasında fiziksel özellikler ($t_{(117,83)} = 1,02$; $p > 0,05$), destek hizmetleri ($t_{(358)} = 1,39$; $p > 0,05$), akademik personel ($t_{(358)} = -0,04$; $p > 0,05$) ve idari personel ($t_{(358)} = -0,97$; $p > 0,05$) alt boyutları ve tavsiye ($t_{(358)} = 1,52$; $p > 0,05$) ve sadakat ($t_{(358)} = 2,02$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmamışken memnuniyet ($t_{(358)} = 3,96$; $p < 0,05$), imaj($t_{(358)} = 2,30$; $p < 0,05$) boyutunda ise anlamlı farklılık bulunmaktadır. Son olarak toplam puan açısından da doğum yerine göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t_{(358)} = 1,17$; $p > 0,05$).

4.2.2. Aile Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri aile gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin görüşlerinin aile gelir durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA testi ile incelenmiştir. Tablo 18’de bu teste göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 18. Öğrenci Görüşleri İçin Aile Gelir Durumuna Göre ANOVA Testi Sonuçları

	Aile Gelir D.	N	\bar{X}	sd	F	p	Fark
Fiziksel Öz.	1.603-2.999	181	23,99	3/356	5,665	0,001*	1.603-2.999 ile 3.000-4.999 1.603- 2.999 ile 5.000- 7.999
	3.000-4.999	121	22,08				
	5.000-7.999	44	20,50				
	8.000-üzeri	14	22,93				
Destek Hiz.	1.603-2.999	181	26,15	3/356	3,101	0,027*	1.603-2.999 ile 3.000-4.999 1.603- 2.999 ile 5.000- 7.999
	3.000-4.999	121	24,24				
	5.000-7.999	44	23,75				
	8.000-üzeri	14	27,14				
Akademik P.	1.603-2.999	181	35,29	3/356	2,839	0,038*	1.603-2.999 ile 3.000-4.999
	3.000-4.999	121	32,54				
	5.000-7.999	44	32,18				
	8.000-üzeri	14	36,14				
İdari P	1.603-2.999	181	29,48	3/356	1,979	0,117	-
	3.000-4.999	121	28,39				

	5.000-7.999	44	27,70				
	8.000-üzeri	14	33,43				
Memnuniyet	1.603-2.999	181	12,66	3/356	1,228	0,299	-
	3.000-4.999	121	12,17				
	5.000-7.999	44	11,91				
	8.000-üzeri	14	13,79				
İmaj	1.603-2.999	181	10,01	3/356	2,386	0,069	-
	3.000-4.999	121	9,22				
	5.000-7.999	44	9,39				
	8.000-üzeri	14	11,07				
Tavsiye	1.603-2.999	181	10,53	3/356	1,940	0,123	-
	3.000-4.999	121	9,69				
	5.000-7.999	44	10,05				
	8.000-üzeri	14	11,29				
Sadakat	1.603-2.999	181	10,16	3/356	1,515	0,210	-
	3.000-4.999	121	9,60				
	5.000-7.999	44	9,23				
	8.000-üzeri	14	10,86				
Toplam	1.603-2.999	181	158,27	3/356	4,123	0,007*	1.603-2.999 ile
	3.000-4.999	121	147,93				3.000-4.999,
	5.000-7.999	44	144,70				
	8.000-üzeri	14	166,64				

*Anlamli farklılık vardır (p < 0.05)

Tablo 18 incelendiğinde imaj ve tavsiye boyutları dışındaki tüm boyutlarda gelir düzeyi 8.000-üzeri kategorisi dışında gelir düzeyi arttıkça öğrencilerin görüşlerinin ortalamasının düştüğü görülmektedir. İmaj ve tavsiye boyutlarında ise gelir düzeyi 1.603-2.999 kategorisi haricinde ise gelir düzeyi arttıkça diğer boyutların aksine öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalaması artmaktadır. Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre yalnızca hizmet kalitesi boyutu altında yer alan fiziksel özellikler ($F_{(3,356)}=5,665$; $p < 0,05$), destek hizmetleri ($F_{(3,356)}=3,101$; $p < 0,05$) ve akademik personel ($F_{(3,356)}=5,665$; $p < 0,05$) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bunun dışında yer alan hizmet kalitesi boyutu idari personel alt boyutu ($F_{(3,356)}=1,979$; $p > 0,05$) ile memnuniyet ($F_{(3,356)}=1,228$; $p > 0,05$), imaj ($F_{(3,356)}=2,386$; $p > 0,05$), tavsiye ($F_{(3,356)}=1,940$; $p > 0,05$) ve sadakat ($F_{(3,356)}=1,515$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Anlamlı farklılık bulunan fiziksel özellikler alt boyutundaki farkın 1.603-2.999 ile 3.000-4.999 ve 1.603-2.999 ile 5.000-7.999 gelir kategorileri arasında olduğu görülmüştür. Benzer biçimde destek hizmetleri alt boyutundaki farklılıklar 1.603-2.999 ile 3.000-4.999 ve 1.603-2.999 ile 5.000-7.999 gelir kategorileri arasındadır. Akademik personel alt boyutundaki farklılık ise 1.603-2.999 ile 3.000-4.999 gelir kategorilerindedir. Son olarak toplam puan açısından gelir düzeyine göre anlamlı fark bulunmuş

($F_{(3,356)}=4,123$; $p < 0,05$) olup bu farklılık 1.603-2.999 ile 3.000-4.999 gelir kategorileri arasındadır.

4.2.3. Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri anne eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin görüşlerinin farklılaşp farklılaşmadığı ANOVA testi ile incelenmiştir. Tablo 19’da ANOVA testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 19. Öğrenci Görüşleri İçin Anne Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları

	Anne Egt. D.	N	\bar{X}	sd	F	p	Fark			
Fiziksel Ö.	Okur-yazar değil	26	23,58	5/354	1,218	0,3	-			
	Okur-yazar	22	21,95							
	İlkokul	159	23,30							
	Ortaokul	69	21,54							
	Lise	63	23,41							
	Üniversite ve üzeri	21	22,62							
Destek H.	Okur-yazar değil	26	26,27	5/354	0,445	0,817	-			
	Okur-yazar	22	25,14							
	İlkokul	159	25,43							
	Ortaokul	69	24,38							
	Lise	63	25,60							
	Üniversite ve üzeri	21	24,57							
Akademik P.	Okur-yazar değil	26	32,85	5/354	0,267	0,931	-			
	Anne Egt. D.	N	Art. Ort.					S.d	F	p
	Okur-yazar	22	34,32							
	İlkokul	159	33,99							
	Ortaokul	69	34,12							
	Lise	63	34,83							
Üniversite ve üzeri	21	32,57								
İdari P.	Okur-yazar değil	26	28,77	5/354	0,339	0,889	-			
	Okur-yazar	22	30,68							
	İlkokul	159	28,75							
	Ortaokul	69	29,61							
	Lise	63	29,13							
	Üniversite ve üzeri	21	27,86							
Memnuniyet	Okur-yazar değil	26	13,27	5/354	1,479	0,196	-			
	Okur-yazar	22	11,14							
	İlkokul	159	12,16							
	Ortaokul	69	12,36							
	Lise	63	13,24							

	Üniversite ve üzeri	21	12,86				
İmaj	Okur-yazar değil	26	10,00	5/354	1,544	0,175	-
	Okur-yazar	22	8,27				
	İlkokul	159	9,92				
	Ortaokul	69	9,38				
	Lise	63	9,62				
	Üniversite ve üzeri	21	10,67				
Tavsiye	Okur-yazar değil	26	10,27	5/354	0,279	0,924	-
	Okur-yazar	22	9,50				
	İlkokul	159	10,26				
	Ortaokul	69	10,09				
	Lise	63	10,41				
	Üniversite ve üzeri	21	10,48				
Sadakat	Okur-yazar değil	26	9,50	5/354	0,265	0,932	-
	Okur-yazar	22	9,23				
	İlkokul	159	10,02				
	Ortaokul	69	9,91				
	Lise	63	9,86				
	Üniversite ve üzeri	21	10,00				
Toplam	Okur-yazar değil	26	154,50	5/354	0,190	0,966	-
	Okur-yazar	22	150,23				
	İlkokul	159	153,84				
	Ortaokul	69	151,38				
	Lise	63	156,10				
	Üniversite ve üzeri	21	151,62				
*Anlamlı farklılık vardır (p < 0.05)							

Tablo 19'a göre tüm boyut ve alt boyutlarda anne eğitim düzeyine bağlı olarak öğrencilerin görüşleri herhangi bir trend göstermemektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre hizmet boyutu altında yer alan fiziksel özellikler ($F_{(5,354)}=1,218$; $p > 0,05$), destek hizmetleri ($F_{(5,354)}=0,445$; $p > 0,05$), akademik personel ($F_{(5,354)}=0,267$; $p > 0,05$) ve idari personel alt boyutları ($F_{(5,354)}=0,339$; $p > 0,05$) ile memnuniyet ($F_{(5,354)}=1,479$; $p > 0,05$), imaj ($F_{(5,354)}=1,544$; $p > 0,05$), tavsiye ($F_{(5,354)}=1,940$; $p > 0,05$) ve sadakat ($F_{(5,354)}=0,265$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Buna göre öğrencilerin görüşlerinde anne eğitim düzeyinin anlamlı bir etkisinin olmadığı söylenebilir. Son olarak toplam puan açısından anne eğitim düzeyine göre anlamlı fark bulunmamıştır ($F_{(5,354)}=0,190$; $p > 0,05$).

4.2.4. Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri baba eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin görüşlerinin baba eğitim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA testi ile incelenmiştir. Bu test yapılırken baba eğitim düzeyindeki okur-yazar değil kategorisindeki kişi sayısı yalnızca 2 olduğundan bu kategori analize dahil edilmemiştir. Tablo 20’de ANOVA testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 20. Öğrenci Görüşleri İçin Baba Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları

	Baba Egt. D.	ANOVA Testi Sonuçları					Fark
		N	\bar{X}	sd	F	p	
Fiziksel Ö.	Okur-yazar	18	23,72	4/353	3,036	0,018*	İlkokul-Lise Lise-Üniversite ve üz.
	İlkokul	117	23,06				
	Ortaokul	86	23,06				
	Lise	95	21,44				
	Üniversite ve üz.	42	24,98				
Destek H.	Okur-yazar	18	22,89	4/353	1,323	0,261	-
	İlkokul	117	27,00				
	Ortaokul	86	25,85				
	Lise	95	24,98				
	Üniversite ve üz.	42	24,16				
Akademik P.	Okur-yazar	18	26,02	4/353	2,169	0,072	-
	İlkokul	117	25,27				
	Ortaokul	86	36,39				
	Lise	95	34,26				
	Üniversite ve üz.	42	34,55				
İdari P.	Okur-yazar	18	31,83	4/353	1,781	0,132	-
	İlkokul	117	36,21				
	Ortaokul	86	34,02				
	Lise	95	33,78				
	Üniversite ve üz.	42	28,97				
Memnuniyet	Okur-yazar	18	29,34	4/353	1,539	0,190	-
	İlkokul	117	27,97				
	Ortaokul	86	29,29				
	Lise	95	29,07				
	Üniversite ve üz.	42	12,72				
İmaj	Okur-yazar	18	12,31	4/353	2,671	0,032*	İlkokul-Lise Ortaokul-Üniversite ve üz. Lise-Üniversite ve üz.
	İlkokul	117	12,23				
	Ortaokul	86	12,16				
	Lise	95	13,81				
	Üniversite ve üz.	42	12,45				
Tavsiye	Okur-yazar	18	9,44	4/353	2,301	0,058	-
	İlkokul	117	10,11				
	Ortaokul	86	9,52				
	Lise	95	9,02				
	Üniversite ve üz.	42	10,74				
Sadakat	Okur-yazar	18	9,72	4/353	1,144	0,336	-
	İlkokul	117	10,11				
	Ortaokul	86	10,48				
	Lise	95	10,13				
	Üniversite ve üz.	42	9,51				

Toplam	Okur-yazar	18	162,17	4/353	2,546	0,039*	Lise-Üniversite ve üz
	İlkokul	117	155,04				
	Ortaokul	86	153,72				
	Lise	95	145,57				
	Üniversite ve üz.	42	163,02				

*Anlamlı farklılık vardır ($p < 0,05$)

Tablo 20 incelendiğinde hizmet kalitesi boyutu içerisinde yer alan destek hizmetleri ve idari personel alt boyutlarında okur-yazar kategorisi dışındaki kategorilerde eğitim düzeyi arttıkça öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalamasının düştüğü görülmektedir. Bunun dışındaki tüm boyut ve alt boyutlarda baba eğitim düzeyine bağlı olarak herhangi bir trend görülmemiştir. Yapılan ANOVA testine göre hizmet boyutu altında yer alan fiziksel özellikler ($F_{(4,353)}=3,036$; $p < 0,05$) ve imaj ($F_{(4,353)}=2,671$; $p < 0,05$) boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Bunların dışında yer alan destek hizmetleri ($F_{(4,353)}=1,323$; $p > 0,05$), akademik personel ($F_{(4,353)}=2,169$; $p > 0,05$) ve idari personel ($F_{(4,353)}=1,781$; $p > 0,05$) alt boyutları ile memnuniyet ($F_{(4,353)}=1,539$; $p > 0,05$), tavsiye ($F_{(4,353)}=2,301$; $p > 0,05$) ve sadakat ($F_{(4,353)}=1,144$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Anlamlı fark bulunan fiziksel özellikler alt boyutundaki farklılığın nedeni ilkokul-lise ile lise-üniversite ve üzeri eğitim seviyeleri arasındaki farklılıktandır. İmaj boyutundaki farklılaşma ise ilkokul-lise, ortaokul-üniversite ve üzeri, ile lise-üniversite ve üzeri eğitim seviyelerindedir. Son olarak toplam puan açısından baba eğitim düzeyine göre anlamlı fark bulunmuş ($F_{(4,353)}=2,546$; $p < 0,05$) olup bu farklılık baba eğitim düzeyi lise olanlar ile üniversite ve üzeri olanlar arasındadır.

4.2.5. Öğrenim Görülen Fakülte Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri öğrenim görülen fakülteye göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA testi ile incelenmiştir. Tablo 21’de ANOVA testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 21. Öğrenci Görüşleri İçin Fakülteye Göre ANOVA Testi Sonuçları

	Fakülte	N	\bar{X}	sd	F	p	Fark
Fiziksel Ö.	İİB F.	8	22,63	6/353	0,837	0,542	-
	Fen-Edb F.	253	22,64				
	İlahiyat F.	17	25,06				
	Besyo	26	24,00				
	Devlet Kns.	15	24,13				
	G. Sanatlar	18	21,94				
	Sağ. Bil. F.	23	22,65				
Destek H.	İİB F.	8	23,88	6/353	1,240	0,285	-
	Fen-Edb F.	253	25,03				
	İlahiyat F.	17	29,06				
	Besyo	26	25,85				
	Devlet Kns.	15	26,33				
	G. Sanatlar	18	25,33				
	Fakülte	N	Art. Ort.	S.d	F	p	Fark
	Sağ. Bil. F.	23	23,96				
Akademik P.	İİB F.	8	33,13	6/353	0,646	0,693	-
	Fen-Edb F.	253	33,77				
	İlahiyat F.	17	38,35				
	Besyo	26	33,38				
	Devlet Kns.	15	33,87				
	G. Sanatlar	18	34,28				
	Sağ. Bil. F.	23	34,43				
İdari P.	İİB F.	8	27,50	6/353	1,705	0,119	-
	Fen-Edb F.	253	28,60				
	İlahiyat F.	17	34,59				
	Besyo	26	29,96				
	Devlet Kns.	15	31,40				
	G. Sanatlar	18	29,39				
	Sağ. Bil. F.	23	27,61				
Memnuniyet	İİB F.	8	12,75	6/353	2,276	0,036	İlahiyat F.-Fen Edb. F. İlahiyat F.-Besyo İlahiyat F.- Devlet Kns. İlahiyat F.-Sağ. Bil. F.
	Fen-Edb F.	253	12,24				
	İlahiyat F.	17	15,24				
	Besyo	26	11,85				
	Devlet Kns.	15	12,33				
	G. Sanatlar	18	14,06				
	Sağ. Bil. F.	23	12,09				
İmaj	İİB F.	8	9,25	6/353	1,672	0,127	-
	Fen-Edb F.	253	9,67				
	İlahiyat F.	17	11,88				
	Besyo	26	8,96				
	Devlet Kns.	15	9,33				
	G. Sanatlar	18	10,22				
	Sağ. Bil. F.	23	9,39				
Tavsiye	İİB F.	8	9,50	6/353	1,320	0,247	-
	Fen-Edb F.	253	10,17				
	İlahiyat F.	17	12,12				
	Besyo	26	10,31				
	Devlet Kns.	15	10,53				
	G. Sanatlar	18	10,33				
	Sağ. Bil. F.	23	9,17				
Sadakat	İİB F.	8	9,38	6/353	1,203	0,304	-
	Fen-Edb F.	253	10,02				
	İlahiyat F.	17	11,41				
	Besyo	26	9,50				
	Devlet Kns.	15	9,40				

	G. Sanatlar	18	9,00				
	Sağ. Bil. F.	23	8,91				
Toplam	İİB F.	8	148,00	6/353	1,715	0,116	-
	Fen-Edb F.	253	152,14				
	İlahiyat F.	17	177,71				
	Besyo	26	153,81				
	Devlet Kns.	15	157,33				
	G. Sanatlar	18	154,56				
	Sağ. Bil. F.	23	148,22				

*Anlamlı farklılık vardır (p < 0.05)

Tablo 21’de bütün boyut ve alt boyutlarda ilahiyat fakültesi öğrencilerinin görüşlerinin ortalamasının diğer fakültelerde öğrenim gören öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun dışındaki tüm boyut ve alt boyutlarda fakülteye göre herhangi bir trend görülmemiştir. Yapılan ANOVA testine göre sadece memnuniyet ($F_{(6,353)}=2,276$; $p < 0,05$) boyutunda anlamlı farklılık varken fiziksel özellikler ($F_{(6,353)}=0,837$; $p > 0,05$), destek hizmetleri ($F_{(6,353)}=1,240$; $p > 0,05$), akademik personel ($F_{(6,353)}=0,646$; $p > 0,05$) ve idari personel ($F_{(6,353)}=1,705$; $p > 0,05$) alt boyutları ve imaj ($F_{(6,353)}=1,672$; $p < 0,05$), tavsiye ($F_{(6,353)}=1,320$; $p > 0,05$) ve sadakat ($F_{(6,353)}=1,203$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Anlamlı fark bulunan memnuniyet boyutundaki farklılığın nedeni ilahiyat fakültesi ve fen edebiyat fakültesi, ilahiyat fakültesi ve Besyo, ilahiyat fakültesi ve devlet konservatuvarı ile ilahiyat fakültesi ve sağlık bilimleri fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin farklılığındandır. Son olarak toplam puan açısından öğrenim görülen fakülteye göre anlamlı fark bulunmamıştır ($F_{(6,353)}=1,715$; $p > 0,05$).

4.2.6. Öğretim Türü Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri öğrenim türüne göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular bulunmaktadır. Bu kapsamda 1.öğretim ve 2.öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı t testi ile incelenmiştir. Tablo 22’de t testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur

Tablo 22. Öğrenci Görüşleri İçin Öğrenim Türüne Göre t Testi Sonuçları

	Öğrenim	N	\bar{X}	t	sd	p
Fiziksel Öz.	1. öğretim	239	22,59	-1,32	358	0,188
	2. öğretim	121	23,45			
Destek Hiz.	1. öğretim	239	24,73	-2,07	358	0,039*
	2. öğretim	121	26,29			
Akademik P.	1. öğretim	239	29,44	1,31	247,19	0,192
	2. öğretim	121	28,29			
İdari P.	1. öğretim	239	12,36	1,20	358	0,232
	2. öğretim	121	12,62			
Memnuniyet	1. öğretim	239	9,56	-0,60	238,51	0,552
	2. öğretim	121	10,01			
İmaj	1. öğretim	239	10,15	-1,23	240,12	0,221
	2. öğretim	121	10,36			
Tavsiye	1. öğretim	239	9,82	-0,57	358	0,572
	2. öğretim	121	10,02			
Sadakat	1. öğretim	239	34,48	-0,51	358	0,610
	2. öğretim	121	33,10			
Toplam	1. öğretim	239	153,12	-0,27	358	0,789
	2. öğretim	121	154,13			

*Anlamlı farklılık vardır ($p < 0,05$)

Hizmet kalitesi boyutu fiziksel özellikler, destek hizmetleri alt boyutunda 2. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalaması 1. öğretimde öğrenim gören öğrencilerinkinden daha fazladır. Akademik ve idari personel alt boyutlarında ise bunun tam tersinin geçerli olduğu Tablo 27’de görülmektedir. Memnuniyet, imaj ve tavsiye boyutlarında 2. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin ortalaması 1. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin ortalamasından yüksektir. Sadakat boyutunda ise 1. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalamaları daha yüksektir. Yapılan t testi sonucunda 1. öğretim ve 2. öğretimde öğrenim gören öğrenciler arasında fiziksel özellikler ($t_{(358)} = -1,32$; $p > 0,05$), akademik personel ($t_{(247,19)} = 1,31$; $p > 0,05$) ve idari personel ($t_{(358)} = 1,20$; $p > 0,05$) alt boyutları ve memnuniyet ($t_{(238,51)} = -0,60$; $p > 0,05$), imaj ($t_{(240,12)} = -1,23$; $p > 0,05$), tavsiye ($t_{(358)} = -0,57$; $p > 0,05$) ve sadakat ($t_{(358)} = -0,51$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmazken destek hizmetleri ($t_{(358)} = -2,07$; $p < 0,05$) boyutunda ise anlamlı farklılık bulunmaktadır. Son olarak toplam puan açısından öğrenim düzeyine göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t_{(358)} = -0,27$; $p > 0,05$).

4.2.7. Burs Alma Durumu Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri burs alma durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı t testi ile incelenmiştir. Tablo 23’te t testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 23. Öğrenci Görüşleri İçin Burs Alma Durumuna Göre t Testi Sonuçları

	Burs Alma D.	N	\bar{X}	t	sd	p
Fiziksel Öz.	Burs almıyor	136	22,39	-1,25	358	0,211
	Burs alıyor	224	23,18			
Destek Hiz.	Burs almıyor	136	25,01	-0,54	358	0,593
	Burs alıyor	224	25,40			
Akademik P.	Burs almıyor	136	33,94	-0,12	358	0,907
	Burs alıyor	224	34,06			
İdari P.	Burs almıyor	136	29,40	0,61	358	0,543
	Burs alıyor	224	28,83			
Memnuniyet	Burs almıyor	136	12,68	0,90	358	0,370
	Burs alıyor	224	12,30			
İmaj	Burs almıyor	136	9,82	0,51	358	0,512
	Burs alıyor	224	9,64			
Tavsiye	Burs almıyor	136	10,25	0,13	358	0,896
	Burs alıyor	224	10,20			
Sadakat	Burs almıyor	136	10,15	1,11	358	0,269
	Burs alıyor	224	9,72			
Toplam	Burs almıyor	136	153,65	0,08	358	0,937
	Burs alıyor	224	153,35			

Tablo 23’e göre hizmet kalitesi boyutu fiziksel özellikler, destek hizmetleri ve akademik personel alt boyutlarında burs alan öğrencilerin aritmetik ortalamaları daha fazladır. Sadece idari personel alt boyutunda burs almayan öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalaması burs alan öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalamasından daha fazladır. Memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat boyutlarında ise burs almayan öğrencilerin görüşlerinin ortalaması yüksektir. Bütün bunlara rağmen yapılan t testi

sonucunda burs alan ve almayan öğrenciler arasında fiziksel özellikler ($t_{(358)} = -1,25$; $p > 0,05$), destek hizmetleri ($t_{(358)} = -0,54$; $p > 0,05$), akademik personel ($t_{(358)} = -0,12$; $p > 0,05$) ve idari personel ($t_{(358)} = 0,61$; $p > 0,05$) alt boyutları ve memnuniyet ($t_{(358)} = 0,90$; $p > 0,05$), imaj ($t_{(358)} = 0,51$; $p > 0,05$), tavsiye ($t_{(358)} = 0,13$; $p > 0,05$) ve sadakat ($t_{(358)} = 1,11$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Son olarak toplam puan açısından da burs alma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t_{(358)} = 0,08$; $p > 0,05$).

4.2.8. Burs Türü Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu kısımda “Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşleri burs türüne göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” sorusuna ait bulgular yer almaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA testi ile incelenmiştir. Bu test yapılırken burs türündeki birden fazla kategorisindeki kişi sayısı yalnızca 3 olduğundan bu kategori analize dâhil edilmemiştir. Tablo 24’te ANOVA testine göre elde edilen sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 24. Öğrenci Görüşleri İçin Burs Türüne Göre ANOVA Testi Sonuçları

	Burs Türü	N	\bar{x}	sd	F	p	Fark
Fiziksel Öz.	Saü bursu	10	19,90	2/218	2,923	0,056	-
	Kyk bursu	116	23,86				
	Diğer	95	22,80				
Destek Hiz.	Saü bursu	10	24,90	2/218	1,136	0,323	-
	Kyk bursu	116	26,01				
	Diğer	95	24,65				
Akademik P.	Saü bursu	10	32,10	2/218	0,274	0,761	-
	Kyk bursu	116	34,04				
	Diğer	95	34,41				
İdari P	Saü bursu	10	30,20	2/218	0,552	0,576	-
	Kyk bursu	116	28,34				
	Diğer	95	29,41				
Memnuniyet	Saü bursu	10	13,70	2/218	1,094	0,337	-
	Kyk bursu	116	12,06				
	Diğer	95	12,47				
İmaj	Saü bursu	10	9,90	2/218	0,879	0,417	-
	Kyk bursu	116	9,35				
	Diğer	95	9,93				
Tavsiye	Saü bursu	10	11,10	2/218	0,409	0,665	-
	Kyk bursu	116	10,10				

	Diğer	95	10,18				
Sadakat	Saü bursu	10	9,60	2/218	1,313	0,271	-
	Kyk bursu	116	9,34				
	Diğer	95	10,12				
Toplam	Saü bursu	10	151,40	2/218	0,038	0,962	-
	Kyk bursu	116	153,11				
	Diğer	95	153,97				

Tablo 24'e göre hizmet kalitesi boyutunda yer alan fiziksel özellikler ve destek hizmetleri alt boyutlarında Kyk bursu alan öğrencilerin görüşlerinin aritmetik ortalaması yüksektir. Bununla birlikte akademik alt boyutu ile imaj ve sadakat boyutlarında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan öğrenciler diğer bursları alan öğrencilerdir. Bunun dışında kalan idari personel alt boyutu ile memnuniyet ve tavsiye boyutlarında en yüksek ortalamaya sahip öğrenciler SAÜ bursu alan öğrencilerdir. ANOVA testi sonuçlarına göre hizmet boyutu altında yer alan fiziksel özellikler ($F_{(2,218)}=2,923$; $p > 0,05$), destek hizmetleri ($F_{(2,218)}=1,136$; $p > 0,05$), akademik personel ($F_{(2,218)}=0,274$; $p > 0,05$) ve idari personel alt boyutları ($F_{(2,218)}=0,552$; $p > 0,05$) ile memnuniyet ($F_{(2,218)}=1,094$; $p > 0,05$), imaj ($F_{(2,218)}=0,879$; $p > 0,05$), tavsiye ($F_{(2,218)}=0,409$; $p > 0,05$) ve sadakat ($F_{(2,218)}=1,313$; $p > 0,05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Buna göre öğrencilerin görüşlerinde burs türünün anlamlı bir etkisinin olmadığı söylenebilir. Son olarak toplam puan burs türüne göre anlamlı fark bulunmamıştır ($F_{(2,218)}=0,038$; $p > 0,05$).

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. SONUÇ VE TARTIŞMA

Birinci alt probleme yönelik araştırma bulguları incelendiğinde, çalışma grubundaki öğrencilerin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerinin genel olarak olumlu olduğu görülmüştür. İkinci alt probleme yönelik bulgulara bakıldığında ise öğrencilerin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili hizmet kalitesi, memnuniyet, imaj, tavsiye, sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerinin cinsiyet, sınıf, anne eğitim durumları, burs alma durumu ve burs türü boyutlarında anlamlı farklılık göstermediği; buna karşılık doğum yeri, öğretim türü, babalarının eğitim durumları ve aile gelir seviyesi boyutlarında anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir.

Dilşeker (2011)'in çalışmasında öğrenim görülen sınıf boyutunda sınıf düzeyi arttıkça destek hizmetler ve fiziksel özellikler değişkenlerinde; ayrıca yine cinsiyet boyutunda destek hizmetleri ve idari personel değişkenlerine göre anlamlı farklılık saptanırken Altan ve arkadaşları (2003) ve Bayrak (2007)'in çalışmalarında ilgili boyutlarda bu araştırmaya benzer şekilde anlamlı farklılığa rastlamamışlardır.

Üniversite öğrencilerinin öğrenim görmekte oldukları üniversite ile ilgili görüşlerinin doğum yeri boyutunda memnuniyet ve imaj değişkenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Polat ve arkadaşları (2016) yaptıkları bir araştırmada, lise öğrencilerin üniversite tercihlerinde en çok üniversitenin kalitesi imaj çekicisini dikkate aldıkları sonucuna ulaştıklarını bildirmişlerdir. Polat ve arkadaşlarına göre bu imaj çekicisini sırasıyla; üniversitenin sosyoekonomik olanakları, üniversitenin kültürel olanakları, üniversitenin bulunduğu şehrin olanakları, üniversitenin fiziksel olanakları, üniversitenin bulunduğu şehrin yaşanılan yere uzaklığı, üniversite ile ilgili

anlatılar ve üniversitenin tanıtım etkinlikleri imaj çekicileri izlemektedir. Petruzzelis ve arkadaşları (2006)'nın yaptıkları çalışma sonuçları ile benzer olarak doğum yeri Sakarya olan öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin ve öğrenim gördükleri üniversitenin imaj algısı düzeylerinin doğum yeri Sakarya olmayan öğrencilere göre yüksek olduğu saptanmıştır.

Araştırma bulguları Altan ve arkadaşları (2003)'nin yaptığı çalışma ile benzer olarak aile gelir düzeyi boyutunda anlamlı sonuçlar vermiştir. Aile gelir arttıkça öğrencilerin olumlu görüşlerinin ortalamasının düştüğü saptanmıştır. Dilşeker (2011) ve Seyfullayev (2015)'in çalışmalarında ise aile gelir düzeyi boyutlarında anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır.

Dilşeker (2011) çalışmasında baba eğitim seviyesi boyutunda anlamlı sonuçlara ulaşmazken bu çalışmada baba eğitim seviyesinin fiziksel özellikler ve imaj açısından anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Baba eğitim seviyesi yükseldikçe fiziksel özellikler ve imaj değişkenlerinde olumlu görüşler düşmektedir. Bu durumun nedeni olarak öğrencilerin babalarının kendilerinden daha büyük bir üniversitede öğrenim görmüş oldukları için öğrencilerin kendilerinden beklentilerinin yüksek olduğu ve bu beklenti düzeylerini öğrenim görmekte oldukları üniversitenin eksiklerine tevیل ettikleri düşünülmektedir.

Seyfullayev (2015), Dilşeker (2011) ve Altan ve arkadaşları (2003) çalışmalarında öğrenim görülen bölüm boyutunda anlamlı farklılıklara rastlanmazken bu araştırmanın bütün boyut ve alt boyutlarında Douglas ve arkadaşları (2006) çalışma sonuçlarına benzer olarak ilahiyat fakültesi öğrencilerinin görüşlerinin ortalamasının diğer fakültelerde öğrenim gören öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bu durumun nedeni olarak ilahiyat fakültesi öğrencilerinin dini ve tasavvufi bir tutumla kanaatkâr oldukları sonucuna ulaşılabilceği gibi; öğrenim görmekte oldukları Sakarya Üniversitesi'nin araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde geçirdiği değişimlere de yormak mümkündür. Zira bu araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde öğrenciler Sakarya Üniversitesi merkez yerleşkesi olan Esentepe Yerleşkesinde İlahiyat Fakültesi için yeni yapılan modern bir binaya taşınmışlardır. Ayrıca Yükseköğretim Kurulu Kararı doğrultusunda pedagojik formasyon sertifika programı eğitimlerine bir sonraki dönemden itibaren kendi fakültelerinde normal öğrenim süreleri içerisinde devam etme imkanına kavuşmuşlardır.

Memnuniyet, imaj ve tavsiye boyutlarında ikinci öğretimde öğrenim gören öğrencilerin olumlu görüşlerinin ortalaması örgün öğretimde öğrenim gören öğrencilerin olumlu görüşlerinin ortalamasından yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuçta gündüz öğrenim gören örgün öğretim öğrencilerinin daha fazla süre idari ve akademik personelle ve çevreleri ile daha fazla iletişim halinde olmaları, üniversitenin fiziksel özellikleri ve sosyal imkânları ile daha ilgili olmalarının etkili olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırma daha önceki dönemlerde gerçekleştirilen benzer çalışmalardan ölçek ve çalışma grubu yönüyle ve sonuçları itibari ile ayrılmaktadır. Örneğin Seyfullayev (2015) ve Dilşeker (2011)'in çalışmalarında öğretim türü ölçekte yer almazken ve vakıf üniversiteleri ile devlet üniversiteleri arasında hizmet ve kalite algısına yönelik karşılaştırma yapmaya yoğunlaşmışken bu çalışmada tamamen öğrencilerin öğrenim gördükleri üniversite düzeyindeki kalite algılarına çeşitli boyutlarda odaklanmıştır. Yine çalışmamızla benzer olarak örgün öğretim ve ikinci öğretim boyutlarında kalite algısını değerlendiren çalışma yalnızca Özçalık (2007)'in çalışmasıdır.

5.2. ÖNERİLER

Sonuçları itibari ile araştırma bulguları bir bütün olarak ele alındığında araştırmacılar uygulayıcılar için dikkate alınması gerektiği düşünülen öneriler aşağıda sunulmuştur.

5.2.1. Araştırma Sonuçlarına İlişkin Öneriler

- Eğitimde kalite ve akreditasyon uygulamalarına liderlik eden batılı ülkelerin yanı sıra kültürel olarak benzer ülkeler incelenerek kendi toplumumuzun gerçeklerine uygun memnuniyet ve kalite düzenlemeleri yapılabilir,
- Eğitim fakültelerine gönüllü olarak gelen bu ve alanda uzman kişilerden oluşan bağımsız hizmet kalite kurulları kurulabilir,
- Sürekli olarak memnuniyet anketleri düzenlenebilir,
- Sonuçların takibi ve başarılı birimlerin ödüllendirilmesi sağlanabilir,
- Sadece fiziksel koşullar ya da sadece destek hizmetlerine değil çok yönlü olarak hizmet kalitesi iyileştirilmeye çalışılabilir,

5.2.2. Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Diğer Fakülte ve Yüksekokullarda öğrenim gören üniversite öğrencilerinin algıladıkları kalite düzeylerini belirlemeye yönelik çalışmalar yapılır yapılabilir.
- Üniversite öğrencilerin kalite algıları ve hizmet memnuniyeti düzeylerini düşüren durumlar üzerine daha ileri düzeyde nitel ve nicel araştırmalar yapılabilir.



KAYNAKÇA

- Adzoa, T.V. ve Theresa, O.D. (2015). Assessing students' satisfaction: an approach to help improve services rendered to university students. *European Journal of Business and Management* , 7(5), 115-122.
- Akbulut, E. (2006). Günümüz müzik eğitimcisi nasıl olmalıdır? *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 20(20). 23-28.
- Altan, Ş., Ediz, A. ve Atan M. (2003). SERVQUAL analizi ile toplam hizmet kalitesinin ölçümü ve yüksek eğitimde bir uygulama. *12.Ulusal Kalite Kongresi*, 1-13.
- Altınay, M. (2016). *Kentsel rekreasyon alanlarında hizmet kalitesinin ölçümü*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anderson, J.M. ve Ingram, J.S.I. (1989). *Tropical Soil Biology And Fertility*. Wallingford: CAB International.
- Atılgan, E. (2011). *Hizmet kalitesi yönetimi ve seyahat sektörüne yönelik bir uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aymankuy, Ş.Y. (2005). Konaklama işletmelerinde sendikaların hizmet kalitesine etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 18(4). 1-22.
- Başaran, İ.E. (1984). *Eğitime giriş*. Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- Baykara, S. (1999). *Eğitimde toplam kalite yönetiminin uygulanabilirliği ve bir model önerisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayrak, B. (2007). *Yükseköğretim kurumlarında beklenen hizmet kalitesi ve hizmet kalitesinin algılanmasına yönelik bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayraktar, E., Tatoğlu, E. ve Zaim, S. (2008). An instrument for measuring the critical factors of TQM in Turkish higher education. *total Quality Management*, 9(6), 554-555 .

- Bozkurt, R. ve Odaman, A. (1999). *ISO 9000 Kalite güvence sistemleri*. Ankara: MPM Yayınları.
- Buyruk, L. (1999). *Otel işletmelerinde hizmet kalitesi ve otel işgörenlerinin hizmet kalitesini algulamaları konusunda bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K. E., Akgün, E. Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (4. Baskı). Ankara: PegemA Akademi.
- Büyüköztürk, Ş.(2005). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı İstatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum* (5.Baskı). Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Cubillo, J.M.,Sanches, J. ve Cervino, J. (2006). International student decision-making process. *International Journal of Educational Management*. 20(2). 101-115.
- Çağlar, N.G. (2016). *Sağlık turizminde içsel pazarlama uygulamalarının hizmet kalitesine etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çakır, M. (2008). *Vakıf üniversitelerinde akademik personelin performans değerlendirmelerinin eğitim kalitesine katkısı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çiçek, R. ve Doğan, İ.C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: Niğde İli Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 11(1), 199-217.
- Çoban, A. (1999). *Türkiye’de Yükseköğretim ve Yönetim Sorunları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dilşeker, F. (2011). *Devlet ve vakıf üniversitelerinde hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti, imaj, sadakat ve tavsiye etme arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Douglas, A., Douglas, J. ve Barnes, B. (2006). Measuring student satisfaction at a UK University. *Journal for Quality Assurance in Education*, 14(3), 251- 67.

- Duygun, A. (2007). *Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü- bir pilot araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ekinci C.E. ve Burgaz B. (2007). Hacettepe Üniversitesi öğrencilerinin bazı akademik hizmetlere ilişkin beklenti ve memnuniyet düzeyleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 33. 120-134.
- Elitaş, C. (2010). *Konaklama muhasebesi*. Afyonkarahisar: Gazi Kitapevi.
- Erden, M. (1998). *Eğitimde program değerlendirme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erdil, O. ve Baydar, M. (2007). Ürün özelliklerinin seçimi: yüksek teknoloji ürün pazarında tüketici ihtiyaçları ve üretici kalite geliştirme harcamalarının eşzamanlı optimizasyonu. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 21-35.
- Eroğlu, E. (2004). *Yükseköğretimde hizmet kalitesi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Ferman, M. (1988). Hizmet pazarlaması üzerine genel değerlendirmeler. *Pazarlama Dünyası*. 2(7), 25-31.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. ve Hyun, H. H. (2012). *How to design an devaluatere search in education (8th edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Fındıklı, S. (2010). *Yabancı dil eğitiminde kalite ve algılanan hizmet kalitesine ilişkin bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Garvin, A.D. (1996). Competing on theeightdimensions of quality. *IEEE Engineering Management Review*, Spring, 15-23.
- Gelmez, M. (2016). *Sağlıkta hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: bir araştırma hastanesi uygulaması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Giritlioğlu, İ. (2012). *Yiyecek içecek bölümlerinde işgörenlerin ve müşterilerin hizmet kalitesi beklenti ve algıları: termal otellerde bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Göndelen, D. (2007). *Öğretmenevlerinde hizmet kalitesi, müşteri tatmininin ölçülmesi uygulaması ve müşteri tatminini artırmaya yönelik bir eğitim*

modeli. Yayınlanmamış doktora tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Gülise, G. ve Pekküçükşen, Ş. (3-4 Ekim 2005). Yükseköğretimde toplam kalite yönetimine ulaşmada bir basamak olarak ISO: 9001:200 kalite yönetimi modeli. *Üniversitelerde Stratejik Planlama Sempozyumu*. Antalya.

Gravetter, J. F. ve Forzano, L. B. (2012). *Research methods for the behavioral sciences (4. Baskı)*. USA: LindaSchreiber-Ganster

Güvercin, Y. (2009). *Eğitim kurumlarında toplam kalite yönetimi ve uygulanabilirliği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hanaysha, J.R.M., Abdullah, H.H. ve Warokka, A. (2011). Service quality and students' satisfaction at higher learning institutions: the competing dimensions of malaysian universities' competitiveness. *Journal of Southeast Asian Research*, 2011, Article ID 855931, 10 pages.

DOI: 10.5171/2011.855931.

İhtiyaroğlu, N. (2010). *Öğretmen ve öğrencilere göre kaliteli eğitim*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

İslamoğlu, A.H., Candan B., Hacıfendioğlu Ş.ve Aydın K. (2006). *Hizmet pazarlaması (Birinci Baskı)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kalfa, Y. (2007). *Okul büyüklüğünün kalite, verim ve öğrenci başarısına etkileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Karaca, F. (2007). *Türkiye'deki bankalarda pazarlama birimlerinin işleyişi kamu ve özel bankalar karşılaştırması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karahan, K. (2006). *Hizmet pazarlaması. (2. Baskı)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Karakaya, F. ve Kobu, B. (1994). New product development process: an investigation of success and failure in high-technology and non-high-technology firms. *Journal of Business Venturing*, 9(1), 49-66.

- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kelesbayev, D. (2014). Türk dünyasının eğitim sistemindeki ortak mesele: Kalite. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 3(2), 291-306.
- Korukoğlu, A. (2003). Üniversite öğrencilerinin eğitimden beklentileri: ege üniversitesi İ.İ.B.F. örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 79-89.
- Kotler, P. ve Armstrong G. (1999). *Principles of marketing(eight edition)*. USA: PrenticeHall International INC
- Midilli, Ö. (2011). *Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin pazarlamaya etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mucuk İ. (2007). *Temel pazarlama bilgileri (üçüncü baskı)*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Mucuk, İ. (2012). *Pazarlama ilkeleri (19. Basım)*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Murat, M., Aslantaş, H.İ. ve Özgan, H. (2006). Assessment of instructors with regard to instructional activities in classrooms. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty*, 26(3), 263-278.
- Numanoğlu, G. (2001). Eğitimde toplam kalite yönetimi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 34(1), 113-123.
- Oğlakçioğlu, Z. (2013). *Butik otellerde müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi ilişkileri: izmir örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Okumuş, A. ve Duygun, A. (2008).Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü ve algılanan hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 17–38.
- Öğretmen yetiştirmede kalite sorunları çalıştayı. (2005). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.

- Öksüz, N.B. (2007). *Eğitimde toplam kalite yönetiminin ortaöğretim öğrencilerine uygulanması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özçalık, F. (2007). *Yükseköğretimde eğitim hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik örnek bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (1999). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, S. (2002). Eğitimde toplam kalite yönetimi. *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2. 253-270.
- Özden, Y. (2005). *Öğrenme ve öğretme*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Özer, L. (1998). *Hizmet sektöründe müşteri tatmini: rusya federasyonu vatandaşlarının türkiye'ye seyahatlerine ilişkin algılanan hizmet kalitesi ve müşteri tatmini ölçümü*. Yayınlanmamış doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgüven, E. (1997). *Yükseköğretimde niteliği geliştirme*. Ankara: Haberal Yayınları.
- Öztürk, A.S. (2003). *Hizmet pazarlaması (4. Basım)*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*. 49(4). 41-50.
- https://www.researchgate.net/publication/283240161_Factors_Influencing_foreign_Students%27_Satisfaction_toward_International_Program_in_Thai_Universities
- Paylan, M.A. (2007). *Algılanan hizmet kalitesi, müşteri değeri ve müşteri tatmininin davranışsal niyetler üzerine etkisi (karayolu ulaşım sektöründe bir araştırma)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Petruzzellis, L., D'Uggento, A.M. ve Romanazzi, S. (2006). Student satisfaction and quality of service in italian universities. *Managing Service Quality: An International Journal*, 16 (4), 349-364.

<https://doi.org/10.1108/09604520610675694>

Polat, S., Arslan, Y. ve Yavaş, E. (2016). Üniversite seçim sürecinde üniversite imaj çekicilerinin önem düzeyi: potansiyel üniversite öğrencileri üzerinde bir uygulama. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24 (4), 1919-1934.

<http://dergipark.org.tr/kefdergi/issue/27734/327606>

Sakarya, M.C. (2006). *Yükseköğretimde öğrenciye yönelik hizmet kalitesinin ölçülmesi: Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sarvan, F. ve Anafarta, N. (25-27 Nisan 2005). *Fundamentals of quality management in the university context: the example of Akdeniz University*. 49th. Eoq Congress. Antalya.

Serin, H. ve AYTEKİN, A. (2009). Yükseköğretimde toplam kalite yönetimi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*. 11(15). 83-93.

Seyfullayev, H. (2015). *Yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçümü: Ankara'da kamu ve vakıf üniversitelerinde bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sherman T. M. ve Kurshan B. L. (2005). Constructing learning: Using technology to support teaching for understanding. *Learning and Leading with Technology*, 32(5), 10-13.

Somarathna, S. D. ve Peiris, C. N. (2011). Service quality in university of colombo libraries: an assessment. *Annals of Library and Information Studies*, (58), 170-183.

Songur, G. (2016). *Kargo taşımacılığında hizmet kalitesi ve kurumsal müşteri memnuniyetinin ölçülmesi: Konya ili'nde bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sümer, S.I. ve Eser, Z. (2006). Pazarlama karması elemanlarının evrimi. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1). 165-186.

Süngü, H. ve Bayrakçı, M. (2010). Bolonya süreci sonrası yükseköğretimde akreditasyon çalışmaları, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(4), s. 895-912.

- Sütlaş, N. (2010). *Eğitim hizmetleri pazarlaması: Türkiye'deki üniversitelerin pazarlama stratejileri konusunda ampirik bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Sütütemiz, N. (2005). *Müşteri sadakati belirleyicileri ve modellerin karşılaştırılması: bankacılık ve sağlık sektöründe bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, N.K. (2016). *Hizmet kalitesinin ölçümü ve belediyelerde buna ilişkin bir araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, M. (1998). *Kalite yönetimi*. İstanbul: Marmara Üni. Yayınları.
- Taş, H. (2015). *Üniversitelerde öğrenci memnuniyeti üzerine Gaziantep ilinde bir alan çalışması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tezsürücü, D. ve Bursalıoğlu, S.A. (2013). Yükseköğretimde değişim: kalite arayışları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2). 97-108.
- Tosun, M. (2012). *Lisansüstü eğitimde kalite yönetimi: inönü üniversitesi sosyal bilimler enstitüsünde bir uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tufan, M., Mızrak, Ş. ve Çelik, D. (2009). Mesleki eğitimde toplam kalite yönetimi ve model önerisi. *Journal of Azerbaijani Studies*. 12. 27-40.
- Uluğ Akça, D. (2007). *Eğitim örgütlerinde toplam kalite yönetimi uygulamalarının değerlendirilmesi: Sultanbeyli ilçesi örneğinde bir çalışma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uyguç, N. (1998). *Hizmet sektöründe kalite yönetimi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Üner, M.M., Karatepe, O.M. ve Halıcı, A. (12-14 Kasım 1998). *Bir hizmet kalitesi modeli yardımıyla hizmet kalitesi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık kavramlarının yapılandırmasına yönelik bir deneme*. 6. Ulusal İşletmecilik Kongresi. Antalya.

- Varış, F. (1989). *Eğitim bilimine giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- WEB1:http://www.kalite.sakarya.edu.tr/dokuman/2014/sau_muk_yol.pdf adresinden 16 Aralık 2018 tarihinde erişilmiştir.
- Yağcı, M.İ., Duman, T. (2006). Hizmet kalitesi müşteri memnuniyeti ilişkisinin hastane türlerine göre karşılaştırılması: devlet, özel ve üniversite hastaneleri uygulaması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 7(2). 218-238.
- Yalçın, M. A. (2016). *Ulaştırma sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: niğde ilinde bir kargo şirketinin ticari müşterilerine yönelik uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- YÖDEK-Yükseköğretim Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu (2007). <http://www.yodek.org.tr/yodek/files/7aa12f8d2582deb44d4249c7aa4a2020.pdf> adresinden 20 Haziran 2018 tarihinde erişilmiştir.
- Yükseköğretim Kurulu (2010). *Yükseköğretimde yeniden yapılandırma: 66 soruda bologna süreci uygulamaları*. Ankara.
- Yükseköğretim Kurulu (1999). *Türkiye'de öğretmen eğitiminde standartlar ve akreditasyon*, Ankara: YÖK.
- Yumuşak, N.U. (2006). *Hizmet kalitesinin ölçümü ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler: Uşak ticaret ve sanayi odası uygulaması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

EKLER

EK 1. ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK MENUNİYET ÖLÇEĞİ

I- DEMOGRAFİK BİLGİLER

Kişisel Bilgiler:

Cinsiyetiniz: Bay Bayan

Memleketiniz: Sakarya Diğer

Aile Bilgileriniz:

Ailenizin gelir durumu

1.603-2.999TL 3.000-4.999TL 5.000-7.999TL 8.000TL-üzeri

Eğitim Bilgileriniz

Hangi fakültede okumaktasınız?

İ.İ.B Fakültesi Fen Edebiyat Fakültesi İlahiyat Fakültesi

B.E.S.Y.Ö. Devlet Konservatuarı Güzel Sanatlar

Sağlık Bil. Fakültesi

Kaçıncı sınıfta okumaktasınız?

4-4

Öğrenim Türü?

1. Öğretim 2. Öğretim

SAÜ' den her hangi bir destek bursu alıyor musunuz?

Rektörlük Bursu Yemek Bursu

İlginize teşekkür eder; Esenlikler dileriz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
A- FİZİKSEL ÖZELLİKLER					
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B- DESTEK HİZMETLERİ					
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C- AKADEMİK PERSONEL					
16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D- İDARİ PERSONEL

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
26 Çalışanlar düzenli ve şık görünüşlüdür.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27 Öğrencilerin sorunlarını çözmeye samimi istek gösterirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28 Yardımcı olmaya heveslidirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29 İsteklere hemen yanıt verirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 Öğrenciye karşı dürüsttürler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31 Dostça ve sıcak bir yaklaşım içindedirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 Davranışları öğrenciye güven verir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33 Öğrencilerin gizlilik haklarına duyarlıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34 Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E- MEMNUNİYET

35 Genel olarak verilen hizmetin kalitesinden memnunuz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36 Üniversiteden aldığım hizmet beklentilerimi tamamen yerine getirmiştir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37 Her şeyi dikkate aldığında verilen hizmet tatmin edicidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38 Bu üniversitedeki zihinsel gelişimimden tatmin oldum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F- İMAJ

39 Bu üniversite bende her zaman iyi bir etki bırakmıştır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40 Bu üniversitenin imajı diğer üniversitelerin imajından daha iyidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41 Bence bu üniversite öğrencilerin hafızasında iyi bir imaja sahiptir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G- TAVSİYE

42 Bu üniversiteyi başkalarına tavsiye ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43 Eş, dost ve akrabalarım bu üniversite hakkında olumlu şeyler söylerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44 Gelecekteki öğrenciler için bu üniversite tarafından sunulan hizmetleri tavsiye etme hakkında endişem yok.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

H- SADAKAT

45 Bir daha üniversite seçme şansım olsa, yine kendi üniversitemi seçerdim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46 Kendimi üniversiteme bağlı hissediyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47 Bu üniversiteye ait olduğum için çok mutluyum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EK 2. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ ANKET UYGULAMA İZİNİ

Evrak Tarih ve Sayısı: 14/03/2018-E.12473



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Eğitim Fakültesi Dekanlığı

Sayı :65182052/044/
Konu :Anket Uygulama Arif SAKLI

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : Yazı İşleri Birimi 13/03/2018 tarihli ve 67236739-044- 12383 sayılı yazı,

Enstitünüz Eğitim Bilimleri EABD Yükseköğretim Araştırmaları Bilim Dalı yüksek lisans programı Y167051007 numaralı öğrencisi Arif SAKLI'nın "Öğretmen Adaylarına Eğitim Gördükleri Fakültelerde Sağlanan Kalite Süreçlerinin Öğrenci Memnuniyetine Etkililiği " konulu anket çalışmasını bizzat kendisinin yapması halinde uygun görülmüştür. Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Prof.Dr. Firdevs KARAHAN
Dekan

Yazı İşleri Birimi Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dekanlığı 54300/Hendek/SAKARYA
Tel:264 295 35 48 Faks:264 295 71 83
E-Posta :sf@sakarya.edu.tr Elektronik Ağı :www.ef.sakarya.edu.tr



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

ÖZGEÇMİŞ VE İLETİŞİM BİLGİLERİ

Arif SAKLI, 1978 Sakarya'da doğdu. İlk ve orta öğrenimimi Sakarya'da tamamladıktan sonra 2012 yılında Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümüne başladı. 2016 yılında bu bölümden mezun oldu. 2007 yılında başladığı iş hayatına halen özel bir şirkette yönetici olarak devam etmektedir.

E-mail: arifsakli@hotmail.com

