



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı

Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi Değerlendirmesi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri Örneği

İçden Irmak Benli

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2018

Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi Değerlendirmesi:
Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri Örneği

İçden İrmak Benli

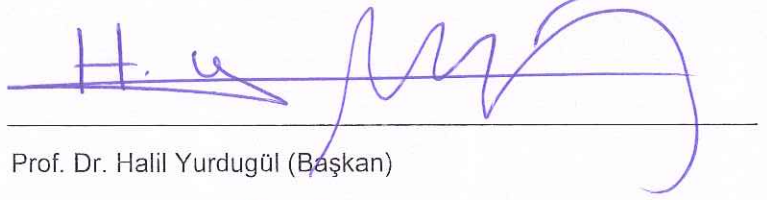
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı

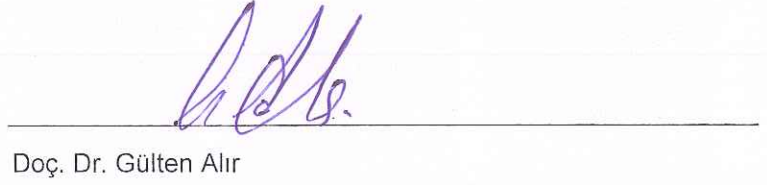
Yüksek Lisans Tezi

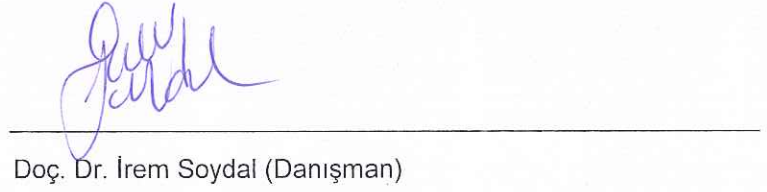
Ankara, 2018

KABUL VE ONAY

İçden İrmak Benli tarafından hazırlanan "Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi Değerlendirmesi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri Örneği" başlıklı bu çalışma, 13.06.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.


Prof. Dr. Halil Yurdugül (Başkan)


Doç. Dr. Gülten Alır


Doç. Dr. İrem Soydal (Danışman)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Musa Yaşar Sağlam

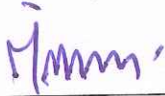
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

13.06.2018



İçden İrmak Benli

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

- **Tezimin/Raporumun tamamı dünya çapında erişime açılabilir ve bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir.**
(Bu seçenekle teziniz arama motorlarında indekslenebilecek, daha sonra tezinizin erişim statüsünün değiştirilmesini talep etmeniz ve kütüphane bu talebinizi yerine getirirse bile, teziniz arama motorlarının önbelleklerinde kalmaya devam edebilecektir.)
- **Tezimin/Raporumuntarihine kadar erişime açılmasını ve fotokopi alınmasını (İç Kapak, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) istemiyorum.**
(Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir, kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir.)
- **Tezimin/Raporumun.....tarihine kadar erişime açılmasını istemiyorum ancak kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisinin alınmasını onaylıyorum.**
- **Serbest Seçenek/Yazarın Seçimi**

13/06/2018



İrma Benli

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, Doç. Dr. İrem Soydal danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.



İçden Irmak Benli



Bütün pozitif enerjisiyle hep yanımda olan

Anneme

*ve çok uzaklarda da olsa varlığını her zaman
hissettiğim*

Babama

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleőmesinde değerli bilgilerini ve değerli vaktini benimle paylaőan, bana her zaman sabırla ve ilgiyle yaklaőan, süreç içerisinde karőılaőtıęım zorluklarda dahi benden güler yüzünü esirgemeyen kıymetli hocam ve saygıdeğer danışmanım Doç. Dr. İrem Soydal'a değerli emekleri ve yardımları için sonsuz Őukranlarımı sunmak isterim.

Bilgi ve tecrübelerini benimle paylaőan kıymetli jüri yeleri Prof. Dr. Halil Yurduğl ve Doç. Dr. Gülten Alır hocalarıma çalışmanın geliőmesi ve neticelendirilmesi noktasındaki değerli katkılarından ötürü teőekkürlerimi sunarım.

Ayrıca alıőma kapsamında ihtiyacım olan her hususta çekinmeden fikir danıőabildięim ve süreç içerisinde karőılaőtıęım zorluklara çözüm üretme noktasında benden yardımlarını esirgemeyen, *ulaőılabilir* olan Bölüm Baőkanımız değerli hocam Prof. Dr. Umut Al'a Őukranlarımı sunmak isterim.

Çalışmanın bütün aőamalarında benden desteklerini esirgemeyen ve bana inançlarını hiçbir zaman kaybetmeyen annem Őerife Benli'ye, ağabeyim Altuğ Benli'ye ve tüm aileme sonsuz teşekkür ederim.

Süreç içerisinde bana sabır gösteren, yanımda olan, desteğini hissettiren ve karőılaőtıęım problemlere çözüm üreten kıymetli mesai arkadaşım Yücel Aktaő'a ve içinden çıkamayacağımı düőündüęüm zorluklarda benden yardımlarını esirgemeyen Gizem Gökçe özdeő'e teőekkürlerimi sunarım.

ÖZET

BENLİ, İçden Irmak. *Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi Değerlendirmesi: Hacettepe Üniversitesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2018.

İnternet'in yaşamın bir parçası haline gelmesi ve teknolojik gelişmeler, kullanıcı bilincini değiştirmekte ve böylece hizmet sektörünün önemi giderek artmaktadır. Günümüzde, hizmet kalitesinin değerlendirilmesi konusunun teknolojiden bağımsız düşünülmemesi ve elektronik ortamda sağlanan hizmetlerin de kullanıcı bakış açısıyla değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Örnek olay incelemesi olarak Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri (HÜK) web sitesinin kullanıcı algısına göre değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışma ile "*Bilginin niteliği*", "*Kullanılabilirlik*" ve "*Hizmet etkileşimi*" boyutlarını içeren ve 22 sorudan oluşan E-QUAL ölçeği kullanılarak, HÜK web sitesi kullanıcılarına çevrimiçi bir anket uygulanmış, ankete yanıt veren 250 kullanıcı üzerinden kullanıcıların kütüphane web hizmetlerine bakışı belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, kullanıcılarla ilgili yaş, çalışma alanı gibi bazı demografik bilgiler ve kullanıcıların web sitesi hakkındaki görüşleri de değerlendirilmiştir. E-QUAL ile elde edilen verilere uygulanan faktör analizi sonucuna göre, HÜK web sitesi kullanıcılarının hizmet kalitesi boyutlarını *Bilginin niteliği ve güven, Kullanılabilirlik, Tasarım ve özdeşleştirme* şeklinde algıladığı görülmüştür. Kullanıcıların, en fazla *Bilginin niteliği ve güven* boyutunu önemsemekte oldukları saptanmıştır. E-QUAL hizmet kalitesi boyutları çerçevesinde kullanıcıların en az önemsendiği maddelerin orijinal ölçeğin *Kullanılabilirlik* ile *Hizmet etkileşimi* boyutları altında yer aldığı, çalışmamız sonucunda elde edilen yeni boyut gruplamalarına göre ise *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu altında sınıflandığı görülmektedir. Hizmet kalitesi boyutları çerçevesinde kullanıcıların en çok önemsendiği hususlar web sitesinin tasarımı ile ilgili olmasa da, beklentilerinin en az karşılandığı boyutun da yine *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu olduğu saptanmıştır. HÜK web sitesi kullanıcılarının yaşlarının, kullanılan cihaz ve çalışma alanlarının hizmet kalitesi

boyutlarına atfettikleri önem ve bu boyutlara yönelik performans değerlendirmeleri üzerinde bir etkisi tespit edilememiştir. Fakat, kullanıcıların idari, akademik ya da öğrenci statüsünde olmaları performans değerlendirmeleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık oluşturmuştur. Buna göre, öğrencilerin, *Bilginin niteliği ve güven* ile *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutları söz konusu olduğunda HÜK performansını idari ve akademik personele nazaran daha olumlu değerlendirdiği anlaşılmaktadır. Genel anlamda HÜK web sitesinin kullanıcılar gözünde olumlu bir imajı olmakla birlikte hizmet kalitesi boyutları açısından değerlendirildiğinde kullanıcı beklentilerinin tam anlamıyla karşılanamadığı görülmektedir.

Anahtar Sözcükler

Algılanan hizmet kalitesi, Web hizmet kalitesi, E-QUAL, Üniversite kütüphaneleri.

ABSTRACT

BENLİ, İçden Irmak. *Evaluation of Service Quality in Web Information Systems: A Case of Hacettepe University Libraries*, Master's Thesis, Ankara, 2018.

Internet is becoming a part of our lives and the technological developments change the awareness of the users, which increases the importance of service sector. Today, it is important to discuss the subject of service quality evaluation by considering technology and to evaluate the electronic services with a user perception. With this case study, which aims to evaluate the web site of Hacettepe University Libraries (HUL) according to the perception of the users, an on-line questionnaire has been conducted among the users of HUL by using E-QUAL scale including 22 items with “*Information quality*”, “*Usability*” and “*Service interaction*” dimensions. Data is obtained from 250 users and the viewpoints of users on library web services were examined. In addition, the demographical information such as, age, field of study of the users and their opinions on the web site were also evaluated. According to the factor analysis results applied to the obtained data, the users of HUL web site perceive the dimensions of service quality as *Information quality and trust*, *Usability*, *Design and empathy*. The users attach the most importance to *Information quality and trust*. Within the frame of E-QUAL service quality dimensions, the ones attached the least importance are *Usability* and *Service interaction* dimensions of the original scale. These items are classified under the dimension of *Design and empathy* according to the new dimension groups obtained as a result of our work. Although the most important subjects for users are not related to the web site design as part of service quality dimension, the dimensions meeting the expectations at least are *Design and empathy*. No influence of the ages of HUL web site users on their attachment of importance on the service quality dimension, of equipments used and of the work/study field on their performance evaluation towards these dimensions has been determined. However, the

users' administrative, academic or student status make a statistically significant difference on performance evaluations. Accordingly, the students evaluate the performance of HUL more positively than the administrative and academic staff in terms of *Information quality and trust* and *Design and empathy* dimensions. In general, while the HÜK website appears to have a positive image in users' perception; it does not seem to meet users' expectations entirely when considered in terms of service quality dimensions.

Keywords

Perceived service quality, Web service quality, E-QUAL, University libraries.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	iii
ETİK BEYAN	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xiii
1. BÖLÜM: GİRİŞ	1
1.1. Konunun Önemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	7
1.3. Yöntem	10
1.3.1. Çalışma Kapsamında Kullanılan E-QUAL Ölçeği ve Verilerin Toplanması.....	10
1.3.2. Verilerin Yorumlanması.....	12
1.3.3. Sınırlılıklar.....	14
1.4. Çalışmada Kullanılan Kaynaklar	15

2. BÖLÜM: LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ	16
2.1. Kavramsal Arka Plan	16
2.1.1. Algılanan Hizmet Kalitesi Kavramı.....	16
2.1.2. Web Hizmetlerinde Kalite Kavramı.....	20
2.2. Hizmet Kalitesi Ölçme Araçları ve İlgili Çalışmalar	22
2.2.1. Web Hizmet Kalitesi Ölçme Araçları.....	24
2.2.2. E-QUAL Ölçeği ve İlgili Çalışmalar.....	26
3. BÖLÜM: BULGULAR ve YORUM	29
3.1. Genel Bulgular	29
3.2. E-QUAL Ölçeği ile Elde Edilen Verilerin Analizleri	31
3.2.1. E-QUAL Maddelerinin Tamamı Üzerinden Yapılan Değerlendirmeler.....	31
3.2.2. Web Hizmet Kalitesi ile İlgili Boyutlar.....	39
3.2.3. Demografik Bulgular ve Boyutların Karşılaştırılması.....	45
3.3. Nitel Veriler	49
4. BÖLÜM: SONUÇ ve ÖNERİLER	53
KAYNAKÇA	59
EK 1. E-QUAL Anketi	73
EK 2. Yorumların Boyutlara Göre Dağılımı	78

EK 3. Orijinallik Raporu.....	81
EK 4. Etik Kurul İzni.....	83



TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Kullanıcılardan elde edilen demografik bilgiler.....	30
Tablo 2. Kullanıcıların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik E-QUAL maddelerini ne derece önemsediklerine ilişkin yanıt oranları.....	32
Tablo 3. Kullanıcıların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik E-QUAL maddeleri ile ilgili olarak HÜK'ün performansını nasıl değerlendirdiklerine ilişkin yanıt oranları.....	35
Tablo 4. Önem ve Performans yanıt oranları arasındaki fark.....	36
Tablo 5. Toplam varyansın açıklanma oranları.....	40
Tablo 6. Faktör analizi sonucu elde edilen boyutlar ve ilgili E-QUAL Maddeleri.....	41
Tablo 7. Boyutların Cronbach Alfa değerleri.....	42
Tablo 8. Boyutlara göre olumlu görüş bildirilme oranları.....	43
Tablo 9a. Demografik veriler ve boyutlar I.....	48
Tablo 9b. Demografik veriler ve boyutlar II.....	48
Tablo 10. Nitel verilerin boyutlara göre sınıflanması.....	50

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Önem ve performans yanıtları arasındaki fark..... 37

Şekil 2. Boyutların önemsenme oranları ile HÜK performansına ait oranların farkları..... 44



1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. KONUNUN ÖNEMİ

Ekonominin gelişme süreci içinde hizmet sektörünün önemi giderek artmakta, birçok ülkede hizmet sektörünün diğer sektörler arasında öne çıkmaya başladığı gözlenmektedir (Sevimli, 2006, s. 100). Ayrıca, 2000’li yıllardan itibaren hizmet sektörünün önemli ve temel endüstrilerden biri olma yolunda hızla ilerlemesi, sektörün ekonomi içerisindeki payının giderek artması da dikkat çekicidir (Akbayrak, 2005, s. 1; Özgül ve Devebakan, 2005, s. 93). Bu durum, ekonomiye katkıları bakımından hizmet sektörünü vazgeçilmez kılmaktadır (Yıldırım, 2015, s. 358). Ülkelerin ekonomileri ve yaşam standartları açısından hizmet sektörüne atfedilen önem, bahse konu sektörde kalite uygulamalarının da önem kazanmasına neden olmaktadır (Sevimli, 2006, s. 100).

Yirminci yüzyıl sonunda, “Bilgi Devrimi”nin getirdiği değişimlerle hizmet kavramı ve hizmet sektörüne olan yaklaşımlarda farklılıklar gözlenmektedir. Bu döneme kadar hizmet kavramı üretim kapsamında değerlendirilirken, artık insanların gereksinimlerinin karşılandığı, sadece üretim bazında fayda sağlayan değil, müşteri tatminine odaklanan bir sektör olarak düşünülmektedir (Tabak, 2009, s. 2). Hizmet kalitesi, bir kurumun hizmet sağladığı kitlenin beklentilerini karşılayabilme ve bu beklentileri geçebilme yeteneği olarak düşünüldüğünden, hizmet sağlayan kurumlarda kaliteyi müşteri belirlemekte ve müşteri tarafından kalitenin nasıl algılandığı oldukça önem taşımaktadır (Özgül ve Devebakan, 2005, s. 9). Hizmet kalitesinin artırılması veya sağlanan hizmetin tatmin edici olması, o hizmeti alan müşterilere bağlıdır ve bu nedenle müşteri görüşlerinin giderek daha fazla dikkate alınması söz konusu olmaktadır (Sevimli, 2006, s. 18). Müşteri tatmininin ön plana çıkması ile hizmet kalitesini artırmak adına kurumlar da müşteri odaklı hizmet verme anlayışını benimsemektedirler (Dalgıç,

2013, s. 2). Bu noktada, kalitenin, müşterinin algıladığı performans seviyesi veya müşterinin hizmetten tatmin olma düzeyi olduğu söylenebilir (Sevimli, 2006, s. 12). Çünkü, müşteri memnuniyeti üzerinde, algılanan hizmet kalitesinin etkili bir faktör olduğu anlaşılmaktadır (Aşık, 2016, s. 1161).

Hizmet kalitesinin ölçümü, somut bir malın kalitesinin ölçümünden daha farklıdır. Somut bir malın kalite düzeyi nesnel göstergeler ile ölçülebilirken, soyut niteliklere sahip olan hizmet kalitesi, müşterilerin o hizmeti nasıl algıladığı ile ölçülebilmektedir (Polat, Aycan, Üzüm ve Polat, 2013, s. 26). Uyguç (1998), hizmet kalitesi yapısı itibarıyla soyut olduğu için, hizmet kalitesi kavramı yerine “algılanan hizmet kalitesi” teriminin kullanıldığını vurgulamıştır. Algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin beklentileri ile hizmeti aldıktan sonraki performansı karşılaştırmasının bir sonucudur ve müşterilerin hizmetten beklentileri ile algıladıkları performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak tanımlanmaktadır. Hizmet kalitesi kapsamındaki müşteri beklentileri ise müşterilerin hizmete dair isteklerini ifade etmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988, s. 15). Bir başka deyişle, müşterilerin hizmetten algıladıkları ve beklentileri arasındaki fark, hizmet kalitesi olarak değerlendirilmektedir (Bulgan, 2002, s. 13).

Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi, hizmetlerin tasarlanması ve/veya sunulması için yapılan çalışmaları değerlendirerek bunların nasıl sonuçlar sergilediğini anlamaya bağlıdır (Sevimli, 2006, s. 3). Böylece, verilen hizmetin iyileştirilmesi de mümkün olmaktadır (Dalgıç, 2013, s. 2). Bu bağlamda, ulaşım, haberleşme, eğitim, bankacılık, turizm, bilgi hizmetleri gibi farklı sektörlerde hizmet kalitesi ölçümü çalışmaları yapıldığı görülmektedir (Aydın, 2005; Öztürk, 2005; Sevimli, 2006; Yapraklı ve Yılmaz, 2008; İler, 2009; Habzaee ve Salehi, 2011; Kita ve Kouchi, 2011; Dalgıç, 2013; Güreş, Arslan ve Yalçın, 2013; Hensher, 2014; Lazibat, Bakoviç ve Duzeviç, 2014; Atallah, 2015; Chen ve Yang, 2015; Cao ve Kim, 2015; Mittal, Gera ve Batra, 2015; Biermann, Karbach, Spinath ve Brünken, 2015; Yarmen ve Sumaedi, 2016; Jomnonkwao ve Ratanavaraha, 2016; Su, Swanson ve Chen, 2016; Kant ve Jaiswal, 2017; Pedro, Mendes ve Lourenço, 2017; Rahman, Osman-Gani ve Raman, 2017; Truong, Nisar, Knox

ve Prabhakar, 2017; Morton, 2018; Pai, Chary ve Pai, 2018; Rezaei, Kothadiya, Tavasszy ve Kroesen, 2018; Van-Lith ve diğeri, 2018; Stewart ve diğeri, 2018). Kullanıcı bakış açısına göre kütüphane hizmetlerinin değerlendirilmesi konusu da ülkemizde çeşitli çalışmalarla incelenmiştir. Bu çalışmalar; halk kütüphaneleri (Topçu ve Yılmaz, 2012) ve üniversite kütüphaneleri gibi kurumlarda [ODTÜ (Akbayrak, 2005), Koç Üniversitesi (Çanak, 2005), İstanbul Üniversitesi (Keser, 2007), Başkent Üniversitesi (Kutluoğlu, 2007), Marmara Üniversitesi (Tabak, 2009), Dumlupınar Üniversitesi (Karahan ve Kayabaşı, 2013), Pamukkale Üniversitesi (Çapraz ve Polat, 2015)] hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti seviyesinin ölçümü maksadı ile yapılmıştır. Çeşitli alanlarda karşılaşılan çalışmalar, hizmet kalitesi ölçümlerine atfedilen önemin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Bugün, hizmet kalitesinin değerlendirilmesi konusunun teknolojiden bağımsız düşünülmemesi önemlidir. İnternet'in insanlığın hizmetine sunulmasıyla birlikte kişiler ve toplumlar arası iletişimde bazı değişimler söz konusu olmaya başlamıştır. İnternet aracılığıyla toplumlar arasındaki mesafeler ve coğrafi sınırlar ortadan kalkmış, farklı ülkeler ve kültürler birçok alanda etkileşim halinde olmaya başlamışlardır. İnternet, bu gibi fonksiyonlarıyla toplumlara ve insanlara çeşitli alan ve konularda eğitme ve bilgilendirme işlevini de gerçekleştirmektedir (Özdamlı, Çavuş ve Uzunboylu, 2010, s. 9). İnternet'in hayatlarımızın önemli bir parçası haline gelmesiyle birlikte girdiğimiz bilgi çağı, insanların temel ihtiyaçlarını ve beklentilerini de teknoloji hızında değiştirmektedir (Şentürk, 2010, s. 236). Hem ürün ve hizmetler hakkında tüketici ve kullanıcılara bilgilendirme yapılmasında, hem de ürün ve hizmetlerin satışının sağlanmasında önemli bir araç haline gelen İnternet'in kullanım oranı her yıl artmaktadır (Çalışkan, Yavuz ve Akça, 2017, s. 136). TÜİK verilerine göre 2017 yılında Türkiye'de İnternet kullananların nüfusa oranı %66,8'e ulaşırken (Türkiye İstatistik Kurumu, 2018), dünya çapında aynı oran %54'ün üzerine çıkmış durumdadır (Internet World Stats, 2018). İki bin on yedi yılı verilerinde Türkiye, 56 milyon kullanıcı ile dünyada İnternet'i en çok kullanan ülkeler arasında 18. sırada yer almaktadır (Internet World Stats, 2018).

Teknolojik gelişmeler ve İnternet'in toplumsal yaşamın bir parçası olması ile değişen kullanıcı ve tüketici bilinci, hizmet sektörünün önemini artıran faktörlerden biridir (Filiz, 2011, s. 38). Ancarani (2005); kurumların, hizmet verdikleri alanda varlıklarını verimli bir şekilde sürdürebilmek için kendilerini olabildiğince yenilemeleri gerektiğini vurgulamıştır. Ancarani ayrıca, var olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin doğru kullanılıp doğru uygulanmaları durumunda, verilen hizmetin etkisinin artırılması ve maliyetlerin azaltılmasının mümkün olabileceğini belirtmektedir. İlgili araştırmada, gelişen teknolojinin, rekabeti artırmakla birlikte kullanıcı beklentilerini de yükselttiğine dikkat çekilmekte, kullanıcılar ve kurumlar arasındaki ilişki artarak karmaşıklaşsa da, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımlarının kolaylaşmasının elektronik ortamda etkileşimin gelişmesine olanak sağladığı ifade edilmektedir (Ancarani, 2005, s. 15). Kuruluşların, teknolojiye uyum sağlayıp içerikleri ne olursa olsun hizmetlerini elektronik ortamdan da sunmaları uzun dönem başarının anahtarlarından biri olarak görülmektedir (Carlson ve O'Cass, 2010, s. 115).

Fiziksel ortamda sağlanan hizmetlerin gelişen teknoloji ile birlikte elektronik ortama geçmesi, kullanıcıların beklentilerini karşılamaya yönelik oluşturulacak web sitelerine duyulan ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır. Kullanıcıların web sitelerini kullanmayı sürdürmeleri ve ihtiyaçlarına uygun nitelikte hizmet alabilmeleri için Web üzerinden sağlanan hizmetlerde kullanıcı beklentilerinin anlaşılması, güvenlik, tasarım, web sitesinin içerdiği bilginin niteliği gibi hizmet boyutlarının kullanıcı tarafından nasıl algılandığı ve bu boyutlardan hangilerini öne çıkardıklarını saptamakta fayda vardır (Tonta ve Soydal, 2010, s. 118). Web sitelerinin, bilgiyi belirli bir düzende sunan ve kullanıcı etkileşimine açık bir şekilde tasarlanmaya başlayan yapıları "web bilgi sistemi" kavramını gündeme getirmiştir. Belirli bir kullanıcı grubuna hitap ederek belirli bir konu hakkında bilgi sunan web siteleri web bilgi sistemleri olarak tanımlanabilmektedir. Bu sistemler ticari amaçlı olabilir ya da bilgi paylaşma, bilgi sunma amacı güdebilir. Bu sistemlerin kullanıcı memnuniyeti göz önünde bulundurularak tasarlanmaları gerekmektedir (Tonta ve Soydal, 2010, s. 118).

İki binli yılların başlarından itibaren teknolojik gelişmelere paralel olarak ulaşım, sağlık, eğitim, bankacılık, bilgi hizmetleri gibi sektörlerde sağlanan hizmetlerin Web ortamına taşınmaya başlandığı gözlemlenmektedir. Bu çerçevede, Web üzerinden sağlanan hizmetlerin kalitesinin ölçümü de önem arz etmektedir. Web hizmetleri altyapısının dinamik ve önceden tahmin edilemeyen doğası sebebiyle, kabul edilebilir bir hizmet kalitesi sağlanması ciddi anlamda zorlayıcı bir görevdir (Ladan, 2011, s. 93). Genel kapsamıyla “elektronik hizmet” (e-hizmet) şeklinde tanımlanan kavram, kullanıcı ve hizmet sağlayıcı ilişkisinin gücü ve kurumsal destek süreçleri ile entegre olmuş, kullanıcı tarafından yönlendirilen, içerik odaklı, interaktif ve İnternet temelli bir hizmet biçimi olarak açıklanmaktadır (Ancarani, 2005, s. 7). E-hizmet kalitesi ise, Web üzerinden sunulan hizmetin kullanıcı tarafından algılanması, değerlendirilmesi ve yargılanması olarak tanımlanmaktadır (Udo, Bagchi ve Kirs, 2010, s. 485).

Teknolojik gelişmelerin yarattığı değişim birçok alan ve sektörle birlikte bilgi yönetimi alanını da etkisi altına almıştır (Öztemiz, 2013, s. 510). Bilgi hizmetleri söz konusu olduğunda ilk akla gelen kurumlar olan kütüphaneler yaşayan sistemlerdir ve kâr amacı gütmemektedirler. Bu özellikleriyle kütüphanelerin, dünyada yaşanan gelişmelerden bağımsız düşünülmesi ve bu gelişmelere kayıtsız kalmaları mümkün değildir (Yıldız, 2009, s. XVII). Hizmet sektörünün diğer üyeleri gibi kütüphanelerin de değişen kullanıcı beklentilerini ve ihtiyaçlarını anlamaları, bilgi hizmetlerini buna göre tasarlamaları önemli bir zorunluluktur (Ladhari ve Morales, 2008, s. 353). Dolayısıyla, birçok kurum ve kuruluş gibi kütüphaneler de hizmetlerini elektronik ortama taşımışlardır. Bilgi hizmetleri sağlanması noktasında asırlardır önemli rol oynayan kütüphanelerin bu hizmetleri sağlarken doğal zorunlulukları mevcuttur. Bir başka deyişle, kütüphaneler hitap ettikleri kitlenin gereksinimleri doğrultusunda hizmetler sunarak, ihtiyaçlara cevap vermek, beklentileri karşılamak ve kullanıcı memnuniyetine odaklanarak hizmet kalitesini yüksek tutmak durumundadırlar (Yıldız, 2010, s. 155). Burada bahsedilen “kullanıcı memnuniyeti” kavramı için Yıldız; kâr amacı güden kurumlarda kullanılan “müşteri memnuniyeti” kavramı

yerine kütüphaneler gibi kâr amacı gütmeyen kurumlarda “kullanıcı memnuniyeti” kavramının doğduğunu ifade etmektedir (Yıldız, 2009, s. XVII).

Hızla gelişen bilim ve teknolojinin, kullanıcı beklenti ve gereksinimleri üzerinde yarattığı belirgin etkiler neticesinde kullanıcı memnuniyeti kavramının önemi de artmakta (Keser, 2007, s. 1), buna bağlı olarak kütüphane hizmetleri de gelişim göstermektedir. Bu gelişmeye sebep olan en önemli faktör de üretilen bilgiye kısa sürede erişimin olanaklı hale gelmesidir. Elektronik bilgi kaynaklarının sayısının hızla artması, kütüphane kaynaklarının İnternet aracılığıyla uzaktan erişime açılması, kullanıcıların kütüphaneye gitmeden istedikleri bilgi ve kaynağa erişebilmelerini olanaklı kılmaktadır. Ladhari ve Morales’e (2008, s. 353) göre kütüphaneler, önceden kullanıcılar tarafından fiziki bir yer olarak düşünülürken, günümüz dünyasında teknolojinin etkisiyle elektronik bağlantı yolu ile erişilebilen hizmetler toplamı olarak algılanmaktadırlar. Bir başka deyişle, İnternet kullanımı bilgi erişim yöntemlerini değiştirmekte ve bunun bir sonucu olarak da elektronik bilgi hizmetlerinin önemi artmaktadır. Bununla birlikte, kütüphanelerin teknolojiden etkili bir şekilde faydalanmaları, artan bilginin kontrol altına alınması, kullanıcılara etkin hizmet sağlanması ve işlemlerin doğru ve hızlı yürütülebilmesi noktasında önem arz etmektedir (Yıldız, 2009, s. 294). Kütüphane hizmetlerinin fiziksel ortamdan kullanıcı etkileşimli web hizmetlerine doğru geçişi ile birlikte, İnternet yaygınlaşmadan önce bilgi hizmeti almak için kütüphanelere fiziksel olarak gitmek zorunda olan kullanıcılar günümüzde katalog taramasından elektronik kitap (e-kitap) okumaya, ödünç alınan kaynağın süre uzatımı işlemlerinden katalog kayıtlarına anahtar sözcükler eklemeye kadar birçok işlemi kütüphane web sitesi aracılığı ile yapabilmektedirler. Bu etkileşimli yapı çerçevesinde kütüphane web siteleri de birer web bilgi sistemi olarak değerlendirilebilmektedir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında, bu çalışmanın amacı, Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri örneği üzerinden kullanıcıların algıladığı web hizmet kalitesini ölçmek ve kütüphanelerin web hizmetleri söz konusu olduğunda kullanıcıların hangi boyutları öne çıkardığını belirlemektir. Bu nedenle çalışmamızda, kütüphanenin web üzerinden sunduğu hizmetlerin değerlendirilmesi amacıyla E-

QUAL (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 232) ölçeği kullanılmıştır. İlgili ölçek hakkında daha detaylı bilgiler sonraki bölümlerde sunulmaktadır.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI ve KAPSAMI

Çalışmanın “Giriş” kısmında da belirtildiği gibi kurumlar, teknolojinin etkisiyle hizmetlerini elektronik ortama taşımaktadırlar ve bu durum bilgi hizmetleri ve kütüphaneleri de etkilemektedir. Teknoloji ve bilgi çağında, bilginin artış hızının da etkisiyle uzmanların kendi alanlarında güncel kalabilmeleri gerekliliği ortaya çıkmakta, bu noktada üniversite kütüphaneleri devreye girmektedir. Üniversite kütüphanelerinde araştırmacılar, ihtiyaç duydukları bilgiye, ihtiyaç duydukları anda ve kapsamda, ekonomik bir şekilde ulaşabilmektedirler (Çakın, 2000, s. 27-28). Üniversite kütüphanelerinin web siteleri, kütüphanelerin elektronik ortamda dış dünyaya açılan bir penceresi durumundadır ve iyi tasarlanmış bir web sitesi, kullanıcıların hizmetlerden en etkin şekilde yararlanmasını sağlamakla birlikte kurum hakkında iyi bir etki bırakılmasına da katkı sunmaktadır (Kurulgan ve Bayram, 2005, s. 143).

Şu anda ülkemizde mevcut 185 adet Üniversite bulunmaktadır (YÖK, 2018). Bu üniversitelerin 157’sinde işleyen bir kütüphane Web sayfası yer almaktadır. Yani ülkemizdeki üniversite web siteleri bilgiye erişim amaçlı kullanılmakta olup mevcut üniversite kütüphanelerinin %85’inin kullanılabilir ve aktif Web sayfaları bulunmaktadır¹. Üniversite kütüphanelerinin sunduğu hizmetler ve elektronik kaynaklara erişim için kullanılabilen bu Web sayfalarının kullanıcı bakış açısı ve algılanan web hizmet kalitesi açısından değerlendirildiği benzer bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri (HÜK) için bu tür bir çalışma yapmak, anket uygulaması için izin alma, uygulamanın kullanıcılara ulaştırılması açısından destek elde etme gibi konularda kolaylık sağladığından bu kütüphaneye ait web hizmetlerinin kullanıcı bakış açısı ile

¹ Mart 2018 tarihi itibarıyla Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı web sitesinde kayıtlı 185 adet üniversiteye ait web siteleri ziyaret edilmiş olup üniversite web sitesi bünyesinde aktif bir kütüphane Web sayfası mevcut olup olmadığı kontrol edilmiştir.

değerlendirilmesine karar verilmiş, çalışma kapsamında HÜK örnek olay incelemesi şeklinde ele alınmıştır.

Çalışmamıza esas olan problem, “bir üniversite kütüphanesi web sitesinin², algılanan hizmet kalitesi boyutları ne derece göz önünde bulundurularak tasarlanmış olduğunun belirlenmesi” şeklinde tanımlanmıştır. Kütüphanelerin web üzerinden sundukları bilgi hizmetlerinin değerlendirilmesi noktasında daha önce farklı kurumlarda denenmiş bir hizmet kalitesi değerlendirme ölçeğinin³ ne gibi sonuçlar ortaya koyacağı araştırmamızın bir başka odağını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, çalışmamıza konu olan HÜK web hizmetleri, E-QUAL ölçeğine dayalı olarak hazırlanan veri toplama aracı ile değerlendirilmiş, bu amaçla hazırlanan anket, Üniversitenin tüm kayıtlı kullanıcılarına gönderilmiştir.

Araştırmamız kapsamında web hizmetleri incelenecek olan HÜK, Beytepe, Sağlık Bilimleri ve Ankara Devlet Konservatuvarı olmak üzere üç temel birimden oluşmakta, ancak web hizmetleri “Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri” başlığı altında tek bir web sitesinden sunulmaktadır (Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri, 2018). HÜK’ün potansiyel kullanıcıları üniversitenin tüm akademik ve idari personeli ile öğrencileridir. Verilerin toplandığı 2015-2016 öğretim yılı itibarıyla, Üniversitenin akademik personel sayısı 3.632, idari personel sayısı 5.705, kayıtlı öğrenci sayısı ise 52.384’tür (Hacettepe Üniversitesi, 2016).

Bu bağlamda, bu çalışmada kullanacağımız ölçeğin yapısı ve ölçekte yer alan sorular ile bağlantılı olarak araştırma soruları şöyle şekillenmiştir:

- HÜK kullanıcıları, kütüphanenin web üzerinden sunduğu hizmetleri E-QUAL ölçeğinin temel aldığı boyutları (*kullanılabilirlik, bilginin niteliği,*

² Çalışma kapsamında “web bilgi sistemlerinde hizmet kalitesi” incelenmekte olup, yazım ve anlatım kolaylığı açısından metinde “web sitesi” ifadesi de aynı anlam kast edilerek kullanılmıştır.

³ Hizmet kalitesi alanında yapılan çalışmaların, kullanıcı beklentilerini ortaya koyarak daha nitelikli hizmet verilmesine yönelik ipuçları sağladığı görülmektedir. Bu bağlamda; daha önce çeşitli araştırmalarda kullanılmış, e-ticaret (Barnes ve Vidgen 2003; Soydal 2008), e-devlet (Barnes ve Vidgen 2003;), ulusal akademik bilgi merkezi (Soydal 2008) gibi farklı hizmet sektörlerinde denenmiş olan web hizmet kalitesi ölçeği E-QUAL tercih edilmiştir.

hizmet etkileşimi) test eden sorular bağlamında tatminkâr bulmakta mıdır?

- HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılar web hizmet kalitesi boyutlarından (*kullanılabilirlik, bilginin niteliği, hizmet etkileşimi*) hangisini en fazla, hangisini en az önemsemektedir?
- HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılara göre hangi hizmetlerin öncelikle iyileştirilmesi gerekmektedir?
- HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcıların demografik özelliklerine (yaş, çalışma alanı, statü, kullanılan cihaz) göre web hizmet kalitesi boyutlarına bakışları farklılık göstermekte midir?

Bu sorulardan hareketle çalışmamızın hipotezleri şekillendirilmeye çalışılırken kütüphane kullanıcılarının bilgi edinme/bilgi erişim odaklı hedefler çerçevesinde kütüphane web hizmetlerinden yararlanabileceği varsayımından hareket edilmiş ve söz konusu hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

- Kullanıcı bakış açısına göre HÜK web hizmetleri genel anlamda hizmet kalitesi değerlendirme boyutlarına (*kullanılabilirlik, bilginin niteliği, hizmet etkileşimi*) duyarlı olarak tasarlanmamıştır.
- HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılar için hizmet kalitesi söz konusu olduğunda en önemli konu "*bilginin niteliği*" en az önemli olan konu "*hizmet etkileşimi*"dir.
- HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılara göre, öncelikle iyileştirilmesi gereken konular arasında ilk sırada web sitesinin tasarımı gelmektedir.
- HÜK kullanıcılarının yaşları ve statüleri, E-QUAL web hizmet kalitesi boyutları ile ilgili değerlendirmelerine etki etmektedir.

1.3. YÖNTEM

Bu çalışma kapsamında ele aldığımız araştırma sorularına yanıtlar aranırken kullanılan yöntem betimleme yöntemidir. Betimleme yöntemi uygulamak için veriler çevrimiçi anket aracılığı ile toplanmış, elde edilen veriler IBM SPSS Statistics Version 22 paket programı ile analiz edilmiştir. Bu başlık altında çalışmada kullanılan ölçeğe ilişkin bilgiler verilecek olup, çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizler açıklanacaktır.

1.3.1. Çalışma Kapsamında Kullanılan E-QUAL Ölçeği ve Verilerin Toplanması

Çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan E-QUAL ölçeği ile bilgi sistemlerinin hizmet kalitesi; *Kullanılabilirlik (Usability)*, *Bilginin niteliği (Information quality)* ve *Hizmet etkileşimi (Service interaction)* olarak adlandırılan üç temel boyut açısından değerlendirilmekte, kullanıcıların bu boyutlara atfettikleri önem ve web hizmetlerini bu boyutlar açısından ne şekilde değerlendirdikleri ölçülmektedir. E-QUAL, bu boyutları beşli Likert ölçeği ile sınavan 22 madde ve site ile ilgili genel görüşü belirlemeye yönelik bir maddeden oluşur (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 231-232). Bu çalışmada, kütüphane hizmetlerinin kullanıcı algısına göre değerlendirilmesi amacıyla kullanılan E-QUAL ölçeği, 2008 yılında Türkçe'ye çevrilerek (Soydal, 2008) ülkemizdeki bazı web sitelerinin kullanıcılarına uygulanmıştır. Çalışmamız kapsamında söz konusu çeviri, surveey.com üzerinden çevrimiçi anket olarak tasarlanmıştır (Bkz. Ek 1).

Anket, kullanıcıların üniversitedeki statüsü (akademik, idari, öğrenci), HÜK web sitesine erişim için kullandıkları cihaz türü, çalışma/egitim alanı ve yaş olmak üzere kullanıcı profilini belirlemeye yönelik dört, beşli Likert ölçeğine göre iki kısımda (önem ve performans) değerlendirilen 22, site ile ilgili genel değerlendirme yapılması istenilen bir ve "eklemek istedikleriniz" şeklinde ifade edilen açık uçlu bir madde olmak üzere toplam 28 maddeden oluşmaktadır.

Ankette, EQUAL ölçeğinin uygulandığı 22 madde için kullanıcılarından, hizmet kalitesini ölçen ifadelerle ilgili olarak HÜK web hizmet performansını nasıl bulduklarını (performans) ve söz konusu ifadelerin kendileri için ne derece önemli olduğunu (önem) her bir madde için beşli Likert ölçeğine göre ayrı ayrı değerlendirmeleri istenmiştir (Bkz. Ek 1). HÜK'ün web sitesinin performansının değerlendirilmesinin istenildiği ilk kısımdaki görüş bildirimleri; 1: Kesinlikle katılmıyorum, 5: Tamamen katılıyorum; kullanıcıların listelenen ifadelere ne derece önem atfettiklerinin belirlenmeye çalışıldığı ikinci kısımdaki görüş bildirimleri ise 1: Hiç önemli değil, 5: Çok önemli şeklinde tanımlanmıştır. Ankette, site ile ilgili genel görüşün sorulduğu 23. madde için ise kullanıcılarından görüşlerini 1: Çok kötü, 5: Çok iyi şeklinde tanımlanan beşli Likert ölçeğine göre işaretlemeleri istenilmiştir. Bu madde, E-QUAL boyutlarını ölçen diğer maddelerden farklı olduğundan ve yalnızca genel görüşün ortaya konulması amacıyla tasarlandığından iki kısımda (önem ve performans) değerlendirilmesi söz konusu değildir (Bkz. Ek 1).

Verilerin toplandığı dönemde (2015-2016 öğretim yılı), daha önce de belirtildiği gibi, Hacettepe Üniversitesi (H.Ü.) bünyesinde 3.632 akademik, 5.705 idari personel ile 52.384 kayıtlı öğrenci bulunmaktadır (Hacettepe Üniversitesi, 2016). Buradan yola çıkılarak HÜK toplam kullanıcı sayısının (potansiyel ve aktif kullanıcılar) 61.721 olduğunu söylemek mümkündür.

Her ne kadar HÜK'ten yıl bazında aktif kullanıcı sayılarına ilişkin bazı rakamlar elde edilse de bu rakamların web hizmetlerinden yararlanan kullanıcıların tamamını kapsamadığı anlaşılmıştır. Çalışmamız kapsamında HÜK'ten web sitesi aracılığı ile yararlananlar göz ardı edilemeyeceğinden evren, bir başka deyişle çalışma grubu olarak Hacettepe Üniversitesi (H.Ü.) bünyesindeki tüm kullanıcılar (61.721 kişi) kabul edilmiş ve bu kişilere tek bir elden ulaşmanın akla gelen ilk yolu olan H.Ü. genel e-posta listesi kullanılmıştır. Çevrimiçi anketlere yanıt alma oranının düşük olma ihtimaline karşılık çalışmada herhangi bir örneklem alma yoluna gidilmemiştir. Çevrimiçi anket, Hacettepe Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı aracılığıyla H.Ü. bünyesindeki tüm

akademik ve idari personel ile kayıtlı öğrencilere, bir başka deyişle, örnek olay incelemesi olarak ele alınan HÜK kullanıcılarına, 2015-2016 öğretim yılı Güz dönemi sonunda (Hacettepe Üniversitesi genel e-posta listesine gönderilen) e-posta ile duyurulmuştur. Ayrıca anket, geri dönüşlerin az olması ihtimaline karşın Facebook üzerinden Hacettepe Üniversitesi menşei ve akademik içerikli gruplara da iletilmiştir. Bu süreç sonunda, ankete toplam 262 kişiden yanıt alınmış, tutarsız ya da rastgele verildiği tespit edilen yanıtlar elendiğinde yanıt sayısı 250 olarak ortaya çıkmıştır. Yanıtlar, gönüllülük esasına göre toplandığından gerçek kullanıcı görüşlerini temsil ettiği düşünülmekte, ancak sayı itibariyle genelleme yapmaya olanak tanımamaktadır. Bu nedenle, araştırmamızın bulguları, yanıt veren kullanıcılar üzerinden değerlendirmiş ve yorumlanmıştır.

1.3.2. Verilerin Yorumlanması

Bulguların değerlendirilme aşamasında öncelikle, çalışmada yararlanılan anketin güvenilirliği Cronbach Alfa katsayısı kullanılarak tespit edilmiştir. Buna göre, bir ölçme aracında güvenilirlik katsayısının yeterli sayılabilmesi için bu sayının olabildiğince 1'e yakın olması gerekmektedir. Bu katsayı 0,40'tan küçükse "güvenilir olarak nitelendirilemeyen", 0,40-0,59 arasında ise "düşük düzeyde güvenilir", 0,60-0,79 arasında ise "oldukça güvenilir" ve 0,80-1,00 arasında olduğunda ise de "yüksek derecede güvenilir" bir ölçek şeklinde değerlendirilmektedir (Ayhan, 2013, s. 57).

Çevrimiçi anket olarak uygulanan E-QUAL ölçeğinin 23 maddesinin yanı sıra, kullanıcıların yaşları, üniversitedeki statüleri (akademik, öğrenci, idari), çalışma alanları (sosyal bilimler, fen bilimleri vb.) ve yoğunlukla ne tür bir cihaz (tablet, masaüstü vb.) kullanarak kütüphanenin web hizmetlerinden yararlandıkları da sorulmuştur. Bu soruların sorulma amacı, hem yanıt verenlerin profillerini ortaya koymak hem de farklı özellikteki kullanıcıların boyutlara bakışlarında farklılık olup olmadığını test etmektir.

Çalışmanın bulguları hem analitik hem de holistik (bütüncül) bir yaklaşımla rapor edilmiştir. Buna göre, öncelikle 23 madde ayrı ayrı ele alınmış ve kullanıcıların her madde ile ilgili beklenti ve bu maddelerin test ettikleri unsurlara verdikleri önem değerlendirilmiştir. Daha sonra verilere faktör analizi uygulanmış ve kullanıcıların boyutlarla ilgili algılarının orijinal ölçekte yer alan gruplamadan farklı olup olmadığı araştırılmıştır. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan yeni boyutlar, ankette yer alan demografik sorularla karşılaştırılmış ve farklı profildeki kullanıcıların boyutlarla ilgili değerlendirmelerinin (performans ve önem) herhangi bir farklılık sergileyip sergilemediği değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizlerin uygun testlerle yapılabilmesi için öncelikle, değişkenlerin normal dağılımdan gelip gelmedikleri araştırılmış, bu amaçla (birim sayıları nedeniyle), Shapiro Wilk's testi kullanılmıştır. Sonuçlar yorumlanırken anlamlılık düzeyi olarak 0,05 kabul edilmiş ve verilerin normal dağılımdan gelmedikleri belirlenmiştir ($p < 0,05$).

Verilerin normal dağılımdan gelmediğinin belirlenmesinin ardından uygun testlere karar verilmiştir. Buna göre, gruplar arasındaki (yaş, statü, çalışma alanları, kullanılan cihazlar) farklılıklar incelenirken Mann Whitney U ve Kruskal Wallis-H Testi kullanılmış, aralarında anlamlı farklılık olan gruplar çoklu karşılaştırma testleri ile belirlenmiştir. İki bağımlı değişken arasındaki farklılık incelenirken Wilcoxon Testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilere bakılırken ise Spearman'ın Korelasyon Katsayısından yararlanılmıştır. Sonuçların yorumlanması sırasında anlamlılık düzeyi 0,05 şeklinde kullanılmış, $p < 0,05$ ise anlamlı bir ilişkinin var olduğu, $p > 0,05$ ise anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı belirtilmiştir.

Anketin sonunda yer alan "Eklemek istedikleriniz?" şeklindeki açık uçlu soru değerlendirilirken faktör analizi sonucu ortaya çıkan yeni boyutlar temel alınmıştır. Kullanıcı yorumları, bu boyutlara göre olumlu ve olumsuz ifadeler şeklinde gruplanarak sınıflanmış ve bu sınıflara ait sıklık bilgileri sunulmuştur. Bu sayede, kullanıcıların ölçek soruları için işaretledikleri görüşleri ile açık uçlu soruda ifade ettikleri yorum ve önerilerin ne derece örtüştüğü değerlendirilmiştir.

1.3.3. Sınırlılıklar

Çalışmamız kapsamında bazı sınırlılıklarla karşılaşmıştır. Bunlar aşağıdaki maddelerde özetlenmektedir:

- Çalışmada kapsamında bir üniversite kütüphanesinin ele alınma nedeni daha önce algılanan hizmet kalitesi ölçüm çalışmasının ülkemizde bir üniversite kütüphanesinin web hizmetlerine uygulanmamış olmasıdır. Bunun yanı sıra, çalışma kapsamında kullanılan ölçeğin kütüphanelere ait web hizmetleri söz konusu olduğunda ne tür sonuçlar ortaya koyacağı da araştırılmak istenmiştir. Öte yandan, çalışmanın tüm üniversite kütüphanelerine genellenmesi söz konusu değildir.
- Çalışmanın H.Ü. web sitesi değil de yalnızca kütüphane web hizmetlerine odaklanmış olmasının nedeni, hizmet sektörünün bir parçası olarak kütüphanelerin web hizmetlerinin de kullanıcı bakış açısıyla değerlendirilmesinin önemine işaret etmektir.
- Çalışmada kullanılan çevrimiçi anket sonucunda 250 kişiden yanıt alınmıştır. Çalışmada yapılan değerlendirmeler tamamen katılımcıların görüşlerini yansıtmakta olup 2016 verilerine göre toplamda 61.721 kişi olduğu belirlenen (Hacettepe Üniversitesi, 2016) tüm HÜK kullanıcılarına (akademik/idari personel ve öğrenci) genelleme yapılmasını mümkün kılmamaktadır.
- İlk etapta alınan yanıtların oranı düşük olduğundan, anket H.Ü. genel e-posta listesinin yanı sıra başlıklarında geçen ifadeler sebebiyle H.Ü. menşeli oldukları anlaşılan akademik içerikli Facebook gruplarına da gönderilmiştir.
- Yanıt verenlerin kütüphaneyi ne şekilde kullandıklarının tespit edilmesi zordur. Bunun nedeni kullanıcıların herhangi bir fiziksel etkileşim (ödünç alma, kütüphane ortamı ya da imkânlarından fiziksel olarak yararlanma vb.) olmaksızın web sitesi aracılığı ile (örneğin elektronik kaynakları tarama) kütüphaneden yararlanabiliyor olmalarıdır. Burada, kullanıcılar

ankete gönüllülük esasına göre yanıt verdikleri için yanıt veren herkesin kütüphane web sitesinden bir şekilde yararlandıkları kabul edilmiştir.

1.4. ÇALIŞMADA KULLANILAN KAYNAKLAR

Çalışmamız kapsamında yapılan literatür incelemesi sırasında aşağıdaki kaynaklardan faydalanılmıştır;

- EBSCHOHost
- Business Source Complete - EBSCOHost
- Elsevier E-Books
- Emerald Management
- Google Akademik
- ScienceDirect
- Türkiye Makaleler Bibliyografyası
- ULAKBİM TR-Dizin
- Web of Science
- YÖK Tez Veri Tabanı

2. BÖLÜM

LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

2.1. KAVRAMSAL ARKA PLAN

Çalışmanın bu aşamasında hizmet kalitesi kavramı ve hizmet kalitesi ölçümü ile ilgili çalışmalar ele alınacak, bu kavramın daha doğru anlaşılabilmesi adına, öncelikle “hizmet” ve “kalite” tanımlarından bahsedilecektir.

2.1.1. Algılanan Hizmet Kalitesi Kavramı

Hizmet kavramı tanımlarına bakıldığında, ortak payda olarak kavramın soyutluğundan bahsedildiği görülmektedir. Karafakioğlu, en genel tanımıyla hizmeti “bir kişi ve/veya kurum tarafınca bir diğer bir kişi ve/veya kurulumuna sunulan soyut bir faaliyet veya yarar” olarak açıklamaktadır (Karafakioğlu, 1998). Kotler ve Armstrong (2011) hizmet kavramını; “bir tarafça bir diğer tarafa sunulan, esas olarak dokunulamayan ve herhangi fiziksel bir şeye sahip olmayla neticelenmeyen faaliyet veya yarar” olarak tanımlamakta, kavramın soyutluğuna vurgu yaparak hizmetin üretilmesinin somut ürüne bağlı olabileceğini veya olmayabileceğini belirtmektedirler (Kotler ve Armstrong, 2011, s. 298). Çelik (2011), hizmeti; müşteri arzu ve beklentilerini karşılamak gayesiyle üretilen ve fiziksel bir mevcudiyeti olmayan bir kavram olarak sınıflandırmaktadır (Çelik, 2011, s. 435). Hizmet kavramını açıklamaya yönelik çeşitli düşünceler olsa da genel anlamda hizmet, üretildiği an itibarıyla tüketilmesi mümkün olan, üretilirken karşılıklı iletişimi de içinde barındıran ve iletilmeden önce üzerinde kontrol yapabilme imkânının olmadığı somut olmayan bir kavram olarak tanımlanabilir (Heizer ve Render, 2011, s. 52). Hizmet kavramının soyut olma niteliği göz önünde bulundurulduğunda hizmetlerin, hizmet sağlayıcı tarafından açıklanmasının güçlüğü ve kullanıcı (hizmet sağlanan) açısından da değerlendirilmesinin oldukça zor olması durumu ortaya çıkmaktadır (Edvardsson, 1998, s. 143). Bu noktada,

kullanıcıların rolü önem arz etmektedir. Çünkü Edvardsson'a göre hizmet, bir süreç şeklinde üretilmektedir ve kullanıcılar bir hizmetin önceden gerekli olan şartlarının belirlenmesinde etkin bir rol oynamaktadırlar. Kullanıcı tatmini hizmet kalitesine şekil vererek belirlediğinden, hizmet, kullanıcının bakış açısı üzerinden değerlendirilmelidir (Edvardsson, 1998, s. 143).

Hizmet kalitesi kavramını oluşturan bir diğer bileşen olan kalite ile ilgili olarak da çeşitli sektörlerde çok sayıda tanım bulunmakla birlikte, tüm tanımların ortak paydasının kullanıcı/müşteri/tüketici tatmini ve/veya memnuniyeti olduğu dikkat çekmektedir. Kalite kavramı için Hoyle (2007, s. 9), "tüketiciye ve şartlara uygunluk, mal veya hizmetin gereksinimleri karşılayabilme yeteneği, mükemmellik seviyesi, kullanıma ve amaca uygunluk ve müşteriye tatmin etmek" gibi özellikler sıralarken de kullanıcı memnuniyetini vurgulamakta ve kalitenin hatasız ve kusursuz olma niteliklerini de içinde barındıran bir kavram olduğu üzerinde durmaktadır. Kalite tanımının odağına kullanıcıyı koyan Peters (1999, s. 6), "Kalite, kullanıcının aklında mıdır?" şeklinde bir soru gündeme getirmiştir. Peters'a göre kalitenin evrensel bir tanımı mevcut değildir. Ancak, genel anlamda kalite, "kullanıcı kalite için ne diyorsa o"dur (Peters, 1999, s. 6). Kalite kavramı hakkında bahsi geçen bu özellikler Türk Standartları Enstitüsünün kalite tanımı ile de benzerlik göstermektedir. Türk standartlarında kalite, "ürün veya hizmetin gereksinimleri karşılama yeteneğine dayanan özelliklerin toplamı"dır (Türk Standartları Enstitüsü, 2016).

Hizmet ve kalite kavramları için ayrı ayrı yapılan tanımlara bakıldığında her iki kavramın da odağında, söz konusu hizmeti alacak olan "kullanıcı"nın var olduğu görülmektedir. Hizmet kalitesi kavramının tanımlarına bakıldığında ise tanımlardaki ortak noktanın kalite kavramı özelinde olduğu gibi kullanıcı memnuniyeti olması dikkat çekmektedir. Alanın öncü sayılabilecek çalışmalarında hizmet kalitesi kavramı tanımlanırken, "müşterinin hizmetten beklentileri ile sağlanan hizmetin müşteri tarafından nasıl algılandığı arasındaki fark" ya da "müşterilerin beklediği hizmet ile aldığı hizmet arasındaki fark" ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir (Parasuraman, Berry ve Zeithaml, 1985, s. 42). Webb tarafından yapılan hizmet kalitesi tanımında da

kullanıcıların beklentileri ve hizmet performansı arasındaki zıtlık veya uyumluluk derecesi vurgusu dikkat çekmektedir (Webb, 2004, s. 431). “Kurumun ve kullanıcıların beklenti ve taleplerine nitelikli hizmetle karşılık verip, kullanıcı tatmininin sağlanabilmesidir” ifadesi de yukarıdaki tanımla paralellik göstermektedir (Ersöz, Pınarbaşı, Türker ve Yüzükırmızı, 2009, s. 20). Edward, yaygın hizmet kalitesi tanımının en belirgin özelliklerini kullanıcı gereksinimlerinin karşılanması ve kullanıcı ihtiyaçlarının giderilmesi olarak ifade etmekte, hizmet kalitesine ilişkin bu özelliklerin kullanıcı odaklı olduğunu vurgulamaktadır (Edward, 1998). Bir başka deyişle, hizmet kalitesi, müşteri beklentilerinin kurumlar tarafından sunulan hizmet ile ne kadar karşılanabildiğinin bir ölçüsüdür (Ersöz ve diğerleri, 2009, s. 20). Dolayısıyla, sağlanan hizmetin müşteri beklentileri ile ne kadar iyi örtüştüğü ile de ilintilidir (Parasuraman ve diğerleri, 1985, s. 42). Bu bağlamda, 80’li yılların sonlarından başlayıp 2000’li yıllarla birlikte teknoloji ekseninde gelişmeye devam eden hizmet kalitesi kavramı için, müşteri beklentilerinin tutarlı bir biçimde ve seviyede cevaplanması gerekliliğinin vurgulanmaya devam edildiği gözlenmektedir (Ersöz ve diğerleri, 2009, s.20). Bulgan (2002), hizmet kalitesi kavramı çerçevesinde yapılan araştırmalar sonunda müşterilerden, hizmet kalitesinin tanımlanması, hizmet kalitesini oluşturan boyutlar ile hizmet beklentilerini etkileyen faktörler konusunda önemli bilgiler elde edildiğini belirtmektedir. Aynı çalışmada katılımcıların, müşterilerin hizmet beklentilerinin karşılanmasının ve hizmetin müşteri beklentilerinin ötesinde sunulmasının hizmetin kaliteli bir şekilde verilebilmesi için gerekli olduğu görüşü üzerinde birleştikleri ifade edilmektedir. Bu yaklaşıma göre de, müşteri bakış açısıyla hizmet kalitesi, arzu veya beklentilerle algılar arasındaki farklılık ölçüsü olarak tanımlanmaktadır (Bulgan, 2002, s. 6).

Edvardsson (1998, s. 145), kullanıcı tatmininin hizmet kalitesi kavramı özelinde oldukça önem arz ettiğini belirterek kullanıcı bakış açısının hizmet kalitesine şekil vererek belirlediğini ifade etmektedir. Fakat, bu düşüncesine rağmen hizmet sağlayan kişi veya kurumların her zaman kullanıcıların istekleri doğrultusunda davranması gerekmediğini savunarak, kullanıcıların hizmetle ilgili iyi veya kötü görüşlerinin olmasının her zaman kullanıcıların doğru düşündükleri veya kendi istek ve gereksinimlerinin farkında olduklarını

göstermediğini belirtmektedir. Bir diğer bakış açısına göre ise (Şentürk, 2010, s. 60), müşteriler dışındakiler hizmet kalitesini basitçe müşterilerin beklentilerinin tatmin edilmesi olarak tanımlamakta, oysa hizmet kalitesi alanında yapılan çalışmaların ortak noktası, hizmet kalitesini ancak müşterilerin tanımlayabilecek olmasıdır. Şentürk (2010, s. 60), hizmet kalitesinin sadece beklenti tatmini olarak düşünülmemesi gerektiğini, kavram olarak hizmet kalitesinin tanımlanmasında da müşterilerin rol oynadıklarını belirtmektedir.

Hizmetin soyut bir unsur olması ve değerlendirme noktasında zorluklar bulunması, hizmet kalitesi ifadesi yerine "algılanan hizmet kalitesi" ifadesinin kullanımını gündeme getirmiştir (Aşık, 2016, s. 1162). Algılanan hizmet kalitesi için 90'ların başında "müşterilerin bir ürünün ve/veya hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel yargısı" tanımının yapıldığı görülmektedir (Zeithaml, Parasuraman ve Berry, 1990, s.15). Müşterinin zihninde algılanan değer, müşterinin bir ürün veya hizmete ilişkin algıladığı yarar ve maliyetleri değerlendirmesi sonucunda oluşmaktadır (Demirel, Yoldaş ve Divanoğlu, 2009, s. 5). Algılanan hizmet kalitesi, hizmet sağlanmadan önceki müşteri beklentileri (beklenen hizmet) ile hizmet sağlandıktan sonraki gerçek hizmetin kıyaslanmasının bir sonucu olup, müşterilerin hizmetten beklentileriyle algıladıkları performanstaki farklılığın yönü ve derecesidir (Dalgıç, 2013, s. 32). Bir başka deyişle, algılanan hizmet kalitesi, beklenen ve algılanan hizmetin müşteriler tarafından kıyaslanması neticesinde ortaya çıkan kavramdır (Aksaraylı ve Saygın, 2011, s. 23). Sevimli (2006, s. 23), beklenen hizmetle algılanan hizmet arasındaki ilişkiyi;

- Beklenen hizmet algılanan hizmetten daha üstteyse, algılanan kalitenin tatmin edici olmadığı ve hizmet kalitesinin kabul edilemez seviyede olduğunu,
- Beklenen hizmetle algılanan hizmetin eşit olma durumunda, kalitenin tatmin edici ve kabul edilebilir seviyede olduğunu,
- Beklenen hizmetin algılanan hizmetten düşük düzeyde olması durumunda algılanan kalitenin tatmin edici kaliteden daha yüksek

olduğunu ve ideal kalite düzeyinin ortaya çıktığını bu üç farklı düzey ile ifade etmektedir.

2.1.2. Web Hizmetlerinde Kalite Kavramı

Teknolojinin gelişim hızına paralel olarak farklılaşan kullanıcı beklentileri ve hizmetlerin Web'e taşınmasıyla oluşan günümüz ortamında, kurumların kaliteli hizmet sağlayabilmek adına sadece Web teknolojilerini uygulamakla kalmayıp, değişen kullanıcı beklentilerine de önem vermeleri gerekmektedir (Soydal, 2008, s. 5). Web teknolojilerine uyum sağlayan hizmet sektörünün bu ortamdaki kullanıcı memnuniyetini de gözetebilmesi, hizmet kalitesinin ölçümü ile mümkündür (Soydal, 2008, s. 5).

E-hizmet sağlanırken Web siteleri, bir başka deyişle web bilgi sistemleri, kullanıcı odaklı yaklaşımla oluşturulmalı ve oluşturulacak web siteleri etkili hizmetler sağlamalıdır. Hizmet kalitesi kriterleri e-hizmet kalitesi için de geçerlidir, fakat bunun yanında, elektronik ortamın özelliklerinden kaynaklanan farklı kriterler de bulunmaktadır (Şentürk, 2010, s. 60). E-hizmet kalitesi kriterleri;

1. Etkinlik: Web sitesine erişim, aranılanı bulma kolaylığı,
2. Yerine getirebilme: Taahhüt edilen hizmet süreçlerinin ve özelliklerinin yerine getirilmesi,
3. Güvenilirlik: Web sitesinin teknik açıdan fonksiyonelliği ve
4. Güvenlik: Web sitesinin kullanımında, müşterinin verdiği bilgilerin güvenliği şeklinde sıralanabilir (Valarie ve Zeithaml, 2002, s. 137).

Web üzerinden sağlanan e-hizmetlerin kalite düzeyindeki artış, çevrimiçi hizmet sağlayan kurumları daha etkili ve çekici hale getirmekle beraber kurumların kullanıcı tatmini sağlaması ve mevcut kullanıcıları ellerinde tutmaları konularında da yüksek seviyede başarılı olmalarına yardım eder (Santos, 2003, s. 238). E-hizmet sağlanırken gözetilmesi önemli olan bazı temel unsurlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Kullanım kolaylığı: web sitesi içerisinde dolaşımında kullanıcıya zorluk çıkarabilecek aşamalar olmamalı, web sitesi dışında ise, söz konusu web sitesine kolay erişilebilmeli ve site, arandığında hemen bulunabilmelidir.
- Görünüş: Kullanıcılar web sitesini ilk olarak görünüşü ile yargılamaya eğilimlidirler. Web sitesinin çekici bir görünümü olmalıdır. Aşırıya kaçmamakla birlikte kullanıcılar dikkat çekici renkleri görmeyi tercih ederler. Web sitesinde kullanılan resim, grafik ve animasyonlar web sitesinin boyutlarına uygun olarak seçilmelidir.
- Yapı ve plan: Bu unsur web sitesinin içeriği ile ilgilidir. Web sitesinde, site haritası bulunmalıdır. İçerik yalın ve açık bir şekilde olursa ve bölümler arasında kolay geçiş sağlayacak şekilde bir yapı kullanılırsa, bu, kullanıcıları sitede tutmak açısından oldukça faydalı olacaktır.
- İçerik: Web sitesinin işlevleriyle ilgilidir. Site içerisinde yalın bir anlatımla detaylı bilgi verilirse ve anlaşılması kolay bir dil mevcutsa, kalite açısından olumlu bir durum söz konusu demektir. Web sitesi içerik olarak “çok fazla” veya “çok az” bilgi içeriyorsa bu durum hizmet kalitesi açısından olumsuz bir durumdur.
- Bağlantı: Web sitesinde yer alan bağlantıları çalışabilirliği ve sağlıklı olması ile ilgilidir. Çalışmayan bağlantıların Web sayfasında bulunmaması kalite açısından belirleyici bir noktadır (Santos, 2003, s. 239).

Hizmet kalitesinin etkin bir biçimde sağlanması noktasında web sitelerinin de bu amaca hizmet etmeleri elzemdir. Tam da bu noktada, “etkili bir web sitesi nasıl olmalıdır?” sorusu akla gelmektedir. Bu kapsamda, bir web sitesinin kullanıcı üzerinde etkili olup olmadığını belirleyen unsurlar, herhangi bir web sitesinden alınan veya herhangi bir web sitesine yönlendirilen bağlantı sayısı, söz konusu bağlantıların çalışır durumda olması, sitenin karmaşık bir yapıda olmaması ve içerdiği reklam sayısının kullanıcıyı rahatsız etmeyecek seviyede olması şeklinde sıralanabilir (Santos, 2003, s. 237).

Günümüzde kullanıcılar, daha rahat bir ortamda, kolay bir şekilde istenilen bilgiye ulaşmak istedikleri için, e-hizmetler giderek önem kazanmaktadır.

Kaliteli hizmet sağlamak adına, teknolojiden faydalanarak elektronik ortamda sunulan hizmetlerin birtakım olumlu tarafları ve yararları mevcuttur. Ancarani, çevrimiçi ortamda sağlanan hizmetlerin olumlu taraflarını; esneklik, verimlilik ve kullanım kolaylığı olarak sıralamaktadır (Ancarani, 2005, s. 9). İnternet üzerinden sağlanan hizmetlerin yararlarına, bilgiye daha kolay erişim sağlanma imkânı, spesifik konulardaki bilgiye daha rahat ulaşım ve maliyetin az olması, yani tasarruf da eklenebilir (Ancarani, 2005, s. 9). Santos, bir web sitesinin, içerisinde dolaşımı kolay, kullanıcıyı çeken bir görüntüye sahip, sağlıklı ve çalışan bağlantıları içinde barındıran güncel bir yapı olması durumunda, o web sitesinin kalite bağlamında olumlu bir çizgide yer alacağını ifade etmektedir (Santos, 2003, S. 241). Ayrıca, Web üzerinden bilgi hizmeti veren kurumların sağladıkları hizmetlerin içeriklerinin sürekli güncellenmesi ve kullanıcının kendini güvende hissetmesini sağlayacak şartların oluşturulması da önemlidir. Web bilgi sistemleri, yapı ve tasarım olarak aralıklarla gözden geçirilmelidir ve web siteleri kullanıcılarını iyi tanıyıp beklentilerini düzenli olarak ölçmelidir (Tonta ve Soydal, 2010, s. 118).

Özetle, bilgi sistemlerinin, kullanıcı tatmini hesaba katılarak tasarlanmaları gerekmektedir. Kullanıcı tatmininin seviyesi, kullanıcıların beklentilerinin karşılanmasıyla derecelendirilir. Kullanıcılar genellikle web bilgi sistemlerinin kalitesinin, sistemde sağlanan bilginin ve sistem tasarımının kalitesiyle yakinen ilgili olduğunu düşünürler (Negash, Ryan ve Igbaria, 2003, s. 761).

2.2. HİZMET KALİTESİ ÖLÇME ARAÇLARI VE İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Hizmet kalitesinin önemi arttıkça, ölçülmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bulgan ve Gürdal, hizmet sektörünün de “ölçemediğini daha iyi hale getiremezsin” deyişinden etkilendiğini ve sektörde hizmet kalitesinin etkin bir şekilde ölçülmeye çalışıldığını belirtmektedirler (Bulgan ve Gürdal, 2005, s. 240). Hizmet kalitesinin ölçülmesi noktasında çeşitli ölçme araçlarına ihtiyaç duyulmuş olup bu amaçla çeşitli ölçekler geliştirilmiştir.

Hizmet kalitesi ölçümü üzerine yoğunlaşan çalışmalar değerlendirildiğinde en çok kullanıldığı görülen ölçeklerin başında SERVQUAL gelmektedir.

Geleneksel hizmet kalitesi kavramının 1980'lerin sonlarında ilgi çekmeye başlamasıyla birlikte, Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988), hizmet kalitesini ölçmek için geniş bir perspektifle SERVQUAL ölçeğini geliştirmişlerdir. SERVQUAL ölçeğinde yer alan toplam 22 madde iki farklı bölümde değerlendirilmektedir. Aynı 22 madde kullanılarak, birinci bölümde müşterilerin hizmet aldıkları kurumdan beklentileri, ikinci bölümde algıladıkları hizmet performansı ayrı ayrı ölçülmektedir. Ölçekte, yedili Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin karşılık geldiği ifadeler “tamamen katılıyorum” ile “kesinlikle katılmıyorum” arasında değişmektedir. SERVQUAL ölçeği geliştirilirken temel amaç, hizmet kalitesinin tanımlanması ve hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin bulunması, daha sonra da hizmet kalitesinin ölçülebilir hale getirilebilmesi için hizmetin her çeşidine uygulanabilecek genel bir model geliştirilmesidir. SERVQUAL, yüz yüze hizmet kalitesini beş ayrı boyutta (fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvence, duyarlılık) değerlendirmeye odaklanmıştır (Parasuraman ve diğerleri, 1988, s. 17).

Geleneksel hizmet kalitesini belirlemeye yönelik çalışmalarda kullanılan farklı ölçekler de bulunmakta, bunların da genelde SERVQUAL'a dayalı olarak geliştirilen ölçme araçları olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin, kütüphane ve bilginbilim alanında algılanan hizmet kalitesini ölçmeye yönelik çalışmalarda bilgi hizmetleri kalitesinin ölçülmesi için LibQual ölçeğinin öne çıktığı görülmektedir. LibQual, Amerikan Araştırma Kütüphaneleri Derneğince (ARL) SERVQUAL ölçeği temel alınarak geliştirilmiş, kütüphanelerce sağlanan hizmetin kalitesinin kullanıcı görüşlerine bağlı olarak belirlenmesine olanak tanıyan bir araçtır. Kütüphanelere özgü ihtiyaçlar gözetilerek SERVQUAL modelinin kütüphanelere adapte edilmesiyle LibQual oluşturulmuştur. (LibQual, 2018). LibQual'de hizmet kalitesi için tanımlanmış olan, *hizmetin etkisi, bilgi kontrolü* (bilgiye erişim), *mekân olarak kütüphane, kişisel denetim* şeklinde dört temel boyut bulunmaktadır (Cook, v.d., 2001 s. 265). İki binli yılların başlarından itibaren 33 ülkede üniversite kütüphaneleri ve halk kütüphaneleri de dâhil olmak üzere yaklaşık 1300 kütüphane LibQual ölçeğini kullanarak kütüphane hizmetlerinin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır (LibQual, 2018).

2.2.1. Web Hizmet Kalitesi Ölçme Araçları

İnternet ortamı, çevrimiçi alışverişten kültürel faaliyetlerde bulunma ya da bilgi edinme mecrası olarak kullanmaya kadar çok çeşitli amaçlara hitap eder hale gelmiştir. Bu bağlamda, farklı sektörlerin e-hizmet platformlarında kalite değerlendirme amacıyla yapılan çalışmaların bazıları aşağıda değerlendirilmektedir.

Literatüre bakıldığında, e-hizmet kalitesini ölçmek için çeşitli ölçme araçlarının geliştirilmiş olduğu görülmektedir. Bunlardan bazıları; WebQual™ (Loiciano, Watson ve Goodhue, 2000), E-QUAL (Barnes ve Vidgen, 2001), SiteQual (Yoo ve Donthu, 2001), eTailQ (Wolfenbarger ve Gilly, 2003), E-S-QUAL (Parasuraman, Zeithalm ve Malhotra, 2005), e-GovQual (Papadomichelaki ve Mentzas, 2011), şeklinde sıralanabilir. Bahse konu ölçme araçlarını biraz daha ayrıntılı incelediğimizde WebQual adı ile iki adet ölçek karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki, bu çalışmada da dördüncü versiyonu kullanılan, E-QUAL ölçeğinin ilk versiyonlarıdır. Bu ölçek, Barnes ve Vidgen tarafından oluşturulmuş olup 1998 yılında kullanıcı odak gruplarından alınan nitel veriler aracılığıyla geliştirilmeye başlanmıştır (Barnes ve Vidgen, 2001, s. 3). Çalışmamızda, WebQual'in gelişiminden bahsedilirken ölçeğin yaratıcılarının da yaptığı gibi "WebQual" yerine "E-QUAL" ifadesi kullanılmış (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 229), ölçeğe ilişkin ayrıntılı bilgi bir sonraki başlık altında verilmiştir.⁴

Web sitelerinde hizmet kalitesini 36 soru ve 12 boyut ile değerlendiren WebQual™ adlı ölçek Loiciano, Watson ve Goodhue (2000, s. 6) tarafından oluşturulmuştur. Bu ölçekle ilgili çalışmalar sonunda elde edilen boyutlar; *bilgilerdeki uyum, etkileşim, güven, yanıt süresi, anlama kolaylığı, sezgisel işlemler, görsel çekicilik, yenilikçilik, duygusal çekicilik, tamamlanmış görünüm, çevrimiçi bütünlük ve alternatiflerinden daha iyi oluş* şeklinde sıralanmıştır (Loiacono ve diğerleri, 2007, s. 51).

⁴ Bu konuda Soydal (2008, s. 35); Loiacono, Watson ve Goodhue tarafından geliştirilen ve marka hakları alınan WebQual™ ölçeğiyle aralarındaki isim çakışması nedeniyle Barnes ve Vidgen tarafından geliştirilen ve başlangıçta aynı isimle anılan ölçeğin adının daha sonra E-QUAL olarak değiştirildiğini ifade etmektedir.

Hasanov ve Khalid 2015 yılında WebQual'i kullanarak organik gıda sektöründe çevrimiçi alışverişe ilişkin bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bahse konu çalışma kapsamında WebQual, 304 kişiye uygulanmış, çalışma sonucunda web sitesi kalitesi ile çevrimiçi alışveriş eğilimi arasında bir ilişki olmadığı, fakat web sitesi kalitesi ile müşteri tatmini arasında ve müşteri tatmini ile çevrimiçi alışveriş arasında bir ilişki olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Hasanov ve Khalid, 2015, s. 385).

SERVQUAL geleneksel hizmet kalite ölçeğinin e-hizmetlere uyumlu şekilde geliştirilmesi için Yoo ve Donthu tarafından SiteQual adlı ölçek oluşturulmuştur (Güllülü, Uçan ve Karabulut, 2015, s. 124). SiteQual ölçeği; *kullanım kolaylığı, estetik tasarım, işlem hızı ve güvenlik* boyutlarından oluşmaktadır (Yoo ve Donthu, 2001, s.6) ve hizmet kalitesini 54 madde ile değerlendirmektedir (Yoo ve Donthu, 2001, s. 3).

Wolfenbarger ve Gilly'nin (2003) geliştirdiği ölçek eTailQ ise 14 sorudan ve *güvenilirlik/tamamlama, web sitesi tasarımı, müşteri hizmeti ve gizlilik/güvenlik* boyutlarından oluşmaktadır (Wolfenbarger ve Gilly, 2003, s. 183). Wolfenbarger ve Gilly, çevrimiçi müşteri kavramını ve çevrimiçi alışveriş kalitesi kapsamındaki boyutları ortaya koymak adına gerçekleştirdikleri çalışma çerçevesinde yaptıkları analizler ile, bir web sitesinin kalitesiyle ilgili değerlendirmelerin, web sitesi tasarımı ve güvenilirliği ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Wolfenbarger ve Gilly, 2003).

E-hizmet kalitesi çalışmalarında kullanılan bir diğer ölçek de E-S-QUAL'dir. Bu ölçek; *etkinlik, yerine getirme, sistem uygunluğu ve güvenlik* boyutlarından oluşmakta olup hizmet kalitesini 22 madde ile ölçmektedir (Parasuraman, Zeithalm ve Malhotra, 2005, s. 220). Güllülü, Uçan ve Karabulut (2015), E-S-QUAL hizmet kalite ölçeğini kullanarak, kitap satışı yapan web sitelerin e-hizmet kalitelerinin, ortalama kalite, algılanan değer ve sadakat niyeti üzerine nasıl bir etkisi olduğunu ortaya koymak için bir çalışma gerçekleştirmiş ve bu kapsamda E-S-QUAL 196 kişiye uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, söz konusu İnternet sitelerine ilişkin ortalama kalite algısının olumlu olduğu, katılımcıların kaliteli olduğunu düşündükleri web sitesinden daha fazla

alışveriş ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bir başka deyişle, E-S-QUAL ölçeğine ait boyutların genel kalite üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır (Güllülü ve diğerleri, 2015, s. 133). Çalışmada ayrıca, E-S-QUAL'in, web hizmet kalitesinin ölçülmesinde etkili olduğunun görüldüğü ifade edilmiş, fakat E-S-QUAL ölçeğinin güvenilirliğinin değerlendirildiği bazı çalışmalarda, boyutların etkinliklerinin derecesinin aynı olmaması gibi bir takım eksiklikler olduğu belirtilmiştir (Güllülü ve diğerleri, 2015, s. 124).

E-devlet alanında hizmet kalitesini ölçmek adına oluşturulan e-GovQual ölçeği ise *kullanım kolaylığı, güven, bilgi görünümü, etkileşim ortamının işlevselliği, güvenilirlik ve içerik* şeklinde ifade edilen altı boyuttan oluşmakta ve e-devlet hizmet kalitesini 33 madde ile değerlendirmektedir (Papadomichelaki ve Mentzas, 2011, s. 98). Bahse konu ölçek, ilk olarak 90'lı yıllarda İtalya'da tasarlanıp uygulanmıştır. e-GovQual kalite değerlendirme kategorileri, 2002 İtalyan e-Devlet planında yer alan öncelikli hizmetlerin gelişiminin izlenmesi amacıyla kullanılmıştır. Bu yöntem daha sonra Akdeniz ülkelerinde devlet tarafından sağlanan hizmetleri geliştirmek için test edilmiş ve Fas, Tunus gibi Akdeniz ülkelerinin özellikle kırsal kesimlerinde bilgisayar okuryazarlığı eksikliği sebebiyle hala yüz yüze iletişimin tercih edildiği sonucu ortaya çıkmıştır (Viscusi, 2009, s. 1538).

2.2.2. E-QUAL Ölçeği ve İlgili Çalışmalar

E-QUAL ölçeği, 90'lı yılların sonunda web hizmetlerinin kullanıcı gözünden değerlendirilebilmesine yönelik olarak geliştirilmeye başlanmıştır. E-QUAL'in ilk versiyonu olan E-QUAL 1.0'ın geliştirilme aşamasında, dört farklı üniversitenin işletme bölümlerinin web siteleri analiz edilmiş, ölçek, ürün ve/veya hizmetin geliştirilmesi ve uygulanmasının her safhasında kullanıcı odaklılık yaklaşımı benimsenerek geliştirilmiştir (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 230). Bilginin niteliğini ölçmek açısından güçlü olsa da E-QUAL 1.0 versiyonunun hizmet etkileşimine yeterince yer vermediği ortaya çıkmıştır (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 231). Daha sonra, çevrimiçi kitapçı hizmetinde müşteri tatmininin belirlenmeye çalışıldığı bir çalışma ile E-QUAL 2.0 ortaya çıkmıştır, fakat hizmet etkileşimini geliştirmek için oluşturulan E-QUAL 2.0'da

ise bilgi kalitesi kapsamında bazı kayıpların ortaya çıktığı görülmüştür (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 231). Bu eksikliğin giderilmesine yönelik olarak ortaya çıkan E-QUAL'in yeni versiyonu E-QUAL 3.0 ise Amazon, Ebay gibi çevrimiçi açık arttırma sitelerinde test edilmiştir. E-QUAL 3.0'ın sonuçlarının analiz edilmesi neticesinde *kullanılabilirlik*, *bilginin niteliği* ve *hizmet etkileşimi* olarak üç ayrı boyuta ulaşılmış ve böylece, çalışmamızda da kullanılan E-QUAL 4.0 ortaya çıkmıştır (Barnes ve Vidgen, 2004, s. 232). E-QUAL'in versiyonları arasındaki en büyük değişikliğin, site kalitesinden daha çok kullanılabilirliğin vurgulanması ve site karakteristiğinden daha çok kullanıcı deneyimlerine odaklanması olduğu görülmektedir (Tate, Evermann, Hope ve Barnes, 2007, s. 1531).

Yukarıda da belirtildiği gibi E-QUAL 4.0⁵ hizmet kalitesini; *Kullanılabilirlik (Usability)*, *Bilginin niteliği (Information quality)* ve *Hizmet etkileşimi (Service interaction)* olmak üzere üç temel boyut bakımından değerlendirmektedir. Sitenin kolay kullanılabilir olup olmaması, tasarımı, *Kullanılabilirlik*; bilginin doğruluğu, sunum biçimi, ihtiyaçlarla ilgiliği, *Bilginin niteliği*; kurumsal güvenilirlik, kullanıcının kendisini güvende hissetme ve verilen hizmetle kendisini özdeşleştirmesi gibi konular ise *Hizmet etkileşimi* başlığı altında değerlendirilmiş, bazı çalışmalarda bu üç boyutun anılan konular özelinde ayrı boyutlar sergilediği görülmüştür (Barnes ve Vidgen, 2003b; 2002; 2001; Soydal, 2008, s. 50). E-QUAL aracılığıyla, bahse konu bu boyutlara kullanıcıların atfettikleri önem ve kullanıcıların web hizmetlerini bu boyutlar bağlamında ne şekilde değerlendirdikleri ölçülebilmektedir (Soydal, 2008). Soydal (2008) tarafından Türkçeye de çevrilen ölçek, kâr amacı güden ve gütmeyen kuruluşlar açısından web bilgi hizmetleri boyutlarına kullanıcı bakışının ne olduğunun ortaya konması hedeflenerek ülkemizdeki bir çevrimiçi alışveriş sitesi ile ULAKBİM web hizmetlerinin değerlendirilmesi için kullanılmıştır. Toplamda 1800'den fazla kişiden elde edilen yanıtlarla, İdefix ve ULAKBİM web sitelerinin hizmet kaliteleri değerlendirilmiştir. Çalışma

⁵ Çalışmanın veri toplama aşamasında ölçeğin bu versiyonu kullanılmış ve çalışma boyunca ölçek "E-QUAL" olarak anılmıştır.

sonucunda, kâr amacı güden ve gütmeyen web sitelerinin, kullanıcı beklentilerine tam olarak uyacak şekilde tasarlanmadığı görülmüştür. Ayrıca, web sitelerini kullanan kişilerin *Kullanılabilirlik* ve *Bilginin niteliği* boyutları ile ilgili görüşlerinin, cinsiyet, yaş, eğitim ve deneyim durumlarına göre farklılık gösterdiği anlaşılmıştır.

E-QUAL'in kullanıldığı diğer bir çalışmada, OECD'nin (Organisation for Economic Cooperation and Development) sunduğu FSMKE (Forum on Strategic Management Knowledge Exchange/Stratejik Yönetim Bilgi Değişim Forumu) web sitesi kullanıcı bakış açısıyla değerlendirilmiş ve çalışma neticesinde dört adet boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; *bilginin niteliği*, *sitenin kullanılabilirliği*, *tasarım* ve *hizmet* şeklindedir. Bu boyutlar içerisinde *hizmet* boyutu en az önemsenen boyut olmakla birlikte, en çok önem atfedilen boyutların *bilginin niteliği*, *sitenin kullanılabilirliği* ve *tasarım boyutları* olduğu görülmektedir (Barnes ve Vidgen, 2003a, s. 298). Bir diğer örnekte, Birleşik Krallık'ın hizmete sunduğu Kamu Gelirleri (UK Inland Revenue) web sitesini değerlendirilmiş ve en fazla önemsenen boyutun *kullanılabilirlik* boyutu olduğu ortaya çıkmıştır (Barnes ve Vidgen, 2003b, s. 58).

3. BÖLÜM

BULGULAR ve YORUM

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen bulgular analitik ve holistik bakış açısı ile sunulmuştur. Yanıt veren kullanıcıların profilleri (yaş, kullanılan cihaz, çalışma/eğitim alanı, statü) açısından ortaya koyulduktan sonra, analitik değerlendirme kapsamında (Bkz. 3.2.1. no.lu başlık), HÜK web sitesi kullanıcılarından çevrimiçi anket ile toplanan verilerden elde edilen bulgular, E-QUAL ölçeğinde yer alan 22 madde açısından tek tek değerlendirilmektedir. Bu değerlendirmeler, hem önem hem de performans yanıtları açısından yapılmış ve bu yanıtlar arasındaki fark da incelenmiştir. Söz konusu ölçekte genel görüşün değerlendirmeye sunulduğu 23. madde de yine bu kısımda ele alınmıştır.

Bulguların holistik yaklaşımla değerlendirilmesi kapsamında (Bkz. 3.2.2. ve 3.2.3. no.lu başlıklar) ise, E-QUAL boyutlarının ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan faktör analizi sonuçları ve demografik verilerin söz konusu boyutlarla karşılaştırılması sonucu ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

Bu bölüm altında son olarak, kullanıcıların açık uçlu soruya verdikleri yanıtların değerlendirilmesi ile elde edilen nitel bulgular yer almaktadır. Söz konusu bulgular, çalışma sonucunda elde edilen boyutlarla karşılaştırılarak değerlendirilmiştir.

3.1. GENEL BULGULAR

Önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, çevrimiçi ankete yanıt alma oranının düşük olma ihtimali göz önünde bulundurularak çalışmamızda herhangi bir örneklem alma yoluna gidilmemiştir. Çevrimiçi olarak tasarlanan ve E-QUAL ölçeğine dayanan anket, HÜK'ün tüm potansiyel kullanıcılarına H.Ü. genel e-posta listesi aracılığı ile gönderilmiş ve bahse konu ankete toplam 262 kişiden yanıt alınmıştır. Tutarsız ya da rastgele verildiği tespit edilen yanıtlar

elendiğinde yanıt sayısı 250'ye düşmüştür. Kullanıcılardan alınan yanıtlar, gönüllülük esasına göre toplandılarından gerçek kullanıcı görüşlerini yansıtmaktadır, ancak tüm kullanıcılara yönelik genelleme yapmaya elverişli değildir. Bu nedenle, bulgular yanıt veren kullanıcılar üzerinden yorumlanmıştır.

Uygulanan çevrimiçi ankette E-QUAL maddelerinin yanı sıra kullanıcılarla ilgili bazı demografik bilgiler sorgulanmıştır. Bu sorular ve bunlara verilen yanıtlar Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Kullanıcılardan elde edilen demografik bilgiler (N= 250)

<i>Üniversitedeki statünüz?</i>	n	%
Öğrenci	105	42,0
Akademik	130	52,0
İdari	15	6,0
<i>H.Ü. Kütüphanelerini genelde ne tür bir cihaz yardımıyla kullanıyorsunuz?</i>	n	%
Akıllı telefon	24	9,6
Tablet bilgisayar	8	3,2
Dizüstü/masaüstü bilgisayar	218	87,2
<i>Çalışma/eğitim alanınız?</i>	n	%
Sağlık Bilimleri (Tıp, Hemşirelik, Diş Hekimliği vb.)	85	34,0
Sosyal Bilimler (Psikoloji, Sosyoloji, Tarih, Ekonomi, Eğitim vb.)	93	37,2
Fen ve Mühendislik Bilimleri (İstatistik, Kimya, Matematik vb.)	47	18,8
Sanat ve İnsan Bilimleri (Dil ve Edebiyat, Felsefe, Resim vb.)	25	10,0
<i>Yaşınız?</i>	n	%
30 ve altı	150	60,0
30 üstü	100	40,0

Not: Ankette "yaş" verileri açık uçlu şekilde toplanmış, daha sonra karşılaştırma açısından kolaylık olması amacıyla iki grup altında incelenmiştir.

Tablo 1'den, çevrimiçi ankete yanıt veren kullanıcıların %60'ının 30 yaş ve altı, %40'ının ise 30 yaş üstünde olduğu görülmektedir. Ayrıca, ankete yanıt veren idari personel sayısının düşük olduğu da dikkat çekmektedir (%6). Çevrimiçi ankete yanıt veren HÜK kullanıcılarının çoğunluğunun (%52) akademik personel, %42'sinin ise öğrenci olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu oranlar, akademik bir kütüphane olan HÜK'ün araştırma yapanlara hizmet

veren bir kurum, kullanıcılarının da akademik personel ve öğrenciler ağırlıklı olması ile paralellik göstermektedir.

Çevrimiçi anketin, E-QUAL maddelerinin kullanıcılar tarafından önem ve performans bakımından değerlendirildiği kısmı için elde edilen verilerin normal dağılıp dağılmadığı Shapiro Wilk's testiyle belirlenmiştir. Uygulanan test sonucunda elde edilen tablonun anlamlılık (Assymp.Sig.) satırındaki değerler 0,05'ten küçük olduğu için (anlamlılık satırındaki istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değer, daha önce de belirtildiği gibi, 0,05 olarak kabul edilmektedir) sorulara verilen yanıt oranlarının beklenen (önem) ve algılanan değerler (performans) bakımından istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde normal dağılımdan farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p < 0,05$).

3.2. E-QUAL ÖLÇEĞİ İLE ELDE EDİLEN VERİLERİN ANALİZLERİ

Bu başlık altında HÜK web sitesi için çevrimiçi anket yolu ile elde edilen verilerin E-QUAL maddeleri ve boyutlarına göre yapılan analizleri yer almaktadır. Bulguların değerlendirilme aşamasında öncelikle, çalışmada yararlanılan anketin güvenilirliği Cronbach Alfa katsayısı kullanılarak tespit edilmiş, ölçeğin 22 madde için yüksek düzeyde güvenilir olduğu belirlenmiştir ($\alpha_{\text{önem}} = 0,964$, $\alpha_{\text{performans}} = 0,963$).

3.2.1. E-QUAL Maddelerinin Tamamı Üzerinden Yapılan Değerlendirmeler

Kullanıcıların E-QUAL maddelerine bakışlarını anlayabilmek için çevrimiçi anket yolu ile alınan verilerden elde edilen önem ve performans yanıtları karşılaştırılmıştır.

Tablo 2'de kullanıcıların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik E-QUAL maddelerini ne derece önemsediklerine ilişkin yanıt oranları yer almaktadır. Bu tablodaki veriler çevrimiçi ankete katılan kullanıcıların "önem" sütununda verdikleri yanıtlar kapsamında değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Kullanıcıların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik E-QUAL maddelerini ne derece önemsediklerine ilişkin yanıt oranları

E-QUAL maddeleri	Ö N E M																
	Hiç önemli değil			Önemli değil			Kararsızım			Önemli			Çok önemli			Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	
1 Sitenin kullanımını kolay öğrenilebilir buluyorum	5	2,00	15	6,00	16	6,40	120	48,00	94	37,60	250	100,00					
2 Siteyle olan etkileşimim açık ve anlaşılır	5	2,00	10	4,00	25	10,00	120	48,00	90	36,00	250	100,00					
3 Siteyi kolay dolaşılabilir buluyorum	4	1,60	12	4,80	23	9,20	104	41,60	107	42,80	250	100,00					
4 Siteyi kolay kullanılabılır buluyorum	6	2,40	10	4,00	18	7,20	95	38,00	121	48,40	250	100,00					
5 Sitenin çekici bir görünümü vardır	6	2,40	43	17,20	59	23,60	97	38,80	45	18,00	250	100,00					
6 Tasarım sitenin türüne uygundur	4	1,60	19	7,60	59	23,60	117	46,80	51	20,40	250	100,00					
7 Site uzmanlarca hazırlanmış hissi verir	7	2,80	20	8,00	44	17,60	101	40,40	78	31,20	250	100,00					
8 Site benim için olumlu bir deneyim yaratır	7	2,80	8	3,20	43	17,20	115	46,00	77	30,80	250	100,00					
9 Doğru bilgi sağlar	4	1,60	3	1,20	14	5,60	70	28,00	159	63,60	250	100,00					
10 İnandırıcı bilgi sağlar	4	1,60	3	1,20	16	6,40	79	31,60	148	59,20	250	100,00					
11 Zamanında bilgi sağlar	3	1,20	4	1,60	21	8,40	70	28,00	152	60,80	250	100,00					
12 İhtiyaçlarımla ilgili bilgi sağlar	4	1,60	5	2,00	19	7,60	71	28,40	151	60,40	250	100,00					
13 Kolay anlaşılır bilgi sağlar	3	1,20	8	3,20	23	9,20	78	31,20	138	55,20	250	100,00					
14 Uygun detayda bilgi sağlar	2	0,80	6	2,40	24	9,60	80	32,00	138	55,20	250	100,00					
15 Bilgiyi uygun bir biçimde sunar	4	1,60	8	3,20	25	10,00	78	31,20	135	54,00	250	100,00					
16 Saygındır	6	2,40	4	1,60	48	19,20	96	38,40	96	38,40	250	100,00					
17 İşlemleri tamamlamak konusunda güven verir	4	1,60	8	3,20	29	11,60	98	39,20	111	44,40	250	100,00					
18 Kişisel bilgilerimin güvenliğinde olduğumu hissetmemi sağlar	6	2,40	11	4,40	26	10,40	74	29,60	133	53,20	250	100,00					
19 Kişiselleştirilmiş izlenimi yaratır	9	3,60	44	17,60	54	21,60	84	33,60	59	23,60	250	100,00					
20 Bir topluluğa ait olma hissi uyandırır	21	8,40	42	16,80	50	20,00	88	35,20	49	19,60	250	100,00					
21 Kurumla iletişim kurmayı kolaylaştırır	7	2,80	23	9,20	46	18,40	96	38,40	78	31,20	250	100,00					
22 Hizmetin vadedildiği şekilde sunulacağı konusunda kendimi güvende hissediyorum	6	2,40	12	4,80	34	13,60	99	39,60	99	39,60	250	100,00					

Tablo 2’de yer alan veriler incelendiğinde, kararsızlarla birlikte neredeyse her iki kişiden birinin *Kullanılabilirlik* ve *Hizmet etkileşimi* boyutlarına dâhil olan çekici görünüm (Madde no: 5, %43,2), kişiselleştirilmiş izlenimi yaratma (Madde no: 19, %42,8) ve bir topluluğa ait olma hissi uyandırma (Madde no: 20, %45,2) hususlarını önemli bulmadıkları görülmektedir. Ayrıca, kararsızlarla birlikte her üç kişiden biri için *Kullanılabilirlik* ve *Hizmet etkileşimi* boyutları kapsamında değerlendirilen tasarımın sitenin türüne uygunluğu (Madde no: 6, %32,8), sitenin uzmanlarca tasarlanmış izlenimi vermesi (Madde no: 7, %28,4) ve kurumla kolay iletişim kurma (Madde no: 21, %28,4) konularının fazla önem arz etmediği anlaşılmaktadır.

Çevrimiçi anket uygulaması sonucunda yanıt alınan katılımcıların büyük çoğunluğunun “önemli” veya “çok önemli” olarak değerlendirdikleri, doğru, zamanında, ihtiyaçlarla ilgili, inandırıcı, kolay anlaşılır, uygun detayda, uygun biçimde bilgi sağlama konularını içeren maddeler (sırasıyla Madde no: 9, 11, 12, 10, 13, 14, 15), E-QUAL hizmet kalitesi ölçüm boyutlarından *Bilginin niteliği* boyutu kapsamında yer almakta ve neredeyse her iki kişiden biri tarafından “çok önemli” görülmektedir. Benzer şekilde kullanıcıların %53,2’si kişisel bilgilerinin güvenliği (Madde no: 18, *Hizmet etkileşimi* boyutu) ve %48,4’ü sitenin kolay kullanılabilir olması (Madde no: 4, *Kullanılabilirlik* boyutu) konularını da “çok önemli” bulmuşlardır. Çok önemli ve önemli şekilde işaretlenen yanıt oranları birlikte değerlendirildiğinde ise kullanıcıların %92 ila 85’inin *Bilginin niteliği* boyutuna dahil olan maddeleri (sırasıyla Madde no: 9, 10, 11, 12, 14, 13, 15); %86 ila 84’ünün *Kullanılabilirlik* boyutunda yer alan maddeleri (sırasıyla Madde no: 4, 1, 3, 2) ve %84 ila 83’ünün ise *Hizmet etkileşimi* boyutu altında değerlendirilen maddeleri (sırasıyla Madde no: 17, 18) “çok önemli” veya “önemli” olarak değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

Yaklaşık her iki kişiden birinin HÜK web sitesinin kullanılabilirliği ve kişisel bilgilerin güvenliği hususlarını önemsiyor olduğu görülse de, yine yaklaşık her iki kişiden birinin önem atfettiği maddelerin çoğunluğuna bakıldığında bu maddelerin E-QUAL hizmet kalitesi ölçüm boyutları çerçevesinde “*Bilginin niteliği*” boyutu kapsamında yer aldığı görülmektedir. Böylece, çevrimiçi

ankete yanıt veren kullanıcılara göre bilginin niteliğinin en fazla önemsenen konu olduğu anlaşılmaktadır.

Kullanıcıların hizmet kalitesi algısını ölçmeye yönelik E-QUAL maddeleri ile ilgili olarak HÜK'ün performansını nasıl değerlendirdiklerine ilişkin yanıt oranları Tablo 3'te yer almaktadır. Bu tablodaki veriler, çevrimiçi ankete katılan kullanıcıların "performans" sütununda verdikleri yanıtlardan elde edilmiştir.

Tablo 3'te yer alan veriler, kararsızları da dâhil ederek değerlendirildiğinde; çevrimiçi ankete yanıt verenlerin %76 ila 49'unun *Kullanılabilirlik* (sırasıyla Madde no: 5, 7, 6, 8); %70 ila 52'sinin ise *Hizmet etkileşimi* (sırasıyla Madde no: 19, 20, 21) boyutları ile ilgili olarak HÜK web sitesinin olumlu bir performans sergilemediği sonucuna varılabilir. Bu durum, HÜK web sitesinin özellikle tasarım ve kullanılabilirlik açısından kullanıcılar gözünde çok iyi durumda olmadığını düşündürmektedir. Ayrıca, kullanıcılara göre olumsuz performans sergilenen maddeler arasında kullanıcıların en önemsendiği boyut olan *Bilginin niteliği* boyutuna dahil madde olmaması da dikkat çekmektedir. Bir başka deyişle, kullanıcıların en önemsedikleri boyut olan *Bilginin niteliği* söz konusu olduğunda HÜK web sitesi performansını iyi buldukları söylenebilir. Yine Tablo 3'ten, kullanıcıların büyük çoğunluğunun (%86 ila 74) "katılıyorum" ve "tamamen katılıyorum" şeklinde değerlendirdikleri maddelerin tamamının *Bilginin niteliği* boyutuna ait olduğu anlaşılabilmektedir (sırasıyla Madde no: 10, 9, 11, 12). Öte yandan, inandırıcı ve doğru bilgi sağlama ile ilgili olan 10. ve 9. maddeler en yüksek "tamamen katılıyorum" oranına sahiptir, fakat bu oranın sadece %30'larda kalması da dikkat çekmektedir. Performans bağlamında diğer maddelere de bakıldığında kullanıcıların %70'ten fazlasının hizmet kalitesini ölçen maddeler konusunda tamamen olumlu bir görüş bildirmedikleri anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, ilgili maddeler için HÜK'ün sergilediği performans konusunda kullanıcıların bazı tereddütleri olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Kullanıcıların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik E-QUAL maddeleri ile ilgili olarak HÜK'ün performansını nasıl değerlendirdiklerine ilişkin yanıt oranları

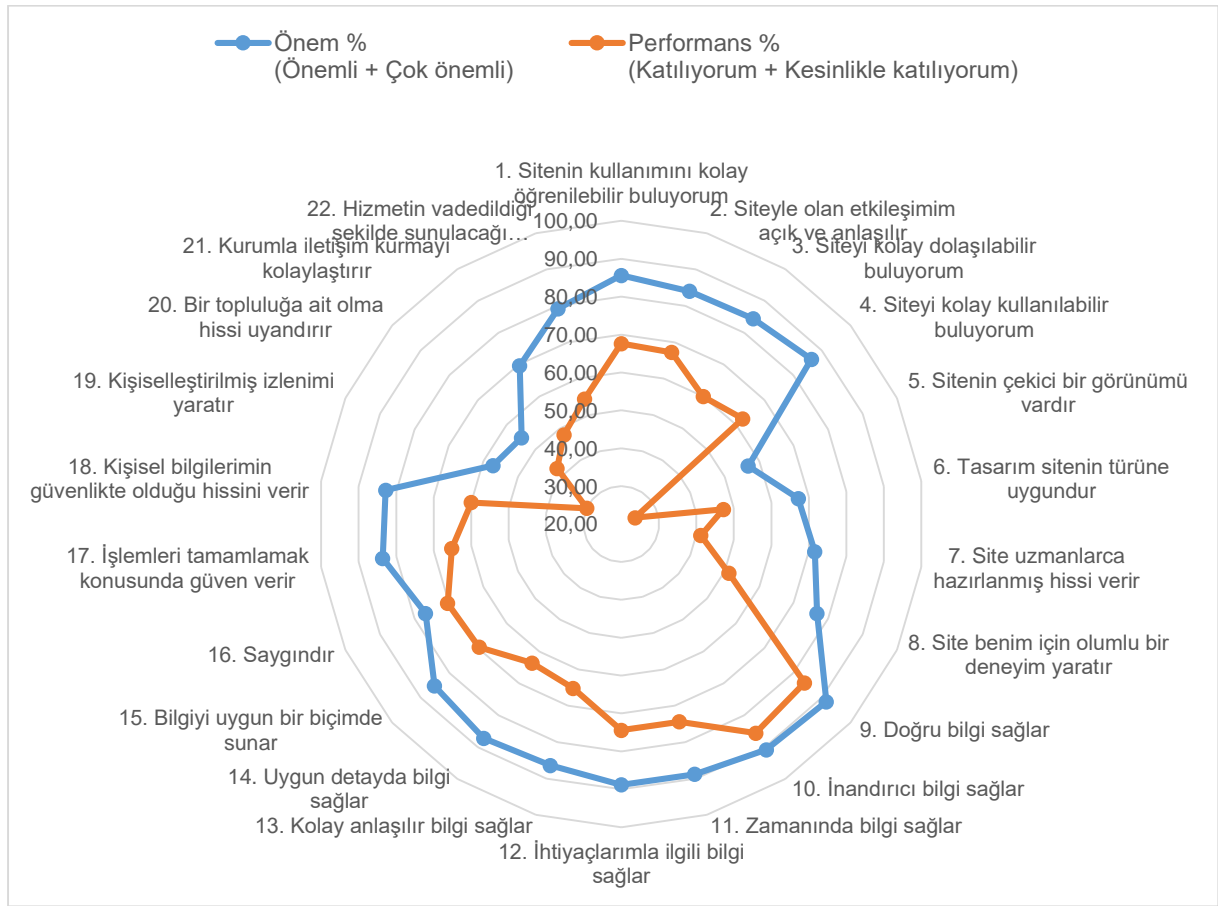
E-QUAL maddeleri	P E R F O R M A N S															
	Kesinlikle katılmıyorum			Katılmıyorum			Kararsızım			Katılıyorrum			Tamamen katılıyorrum			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1	12	4,80	35	14,00	34	13,60	136	54,40	33	13,20	250	100,00				
2	11	4,40	33	13,20	38	15,20	134	53,60	34	13,60	250	100,00				
3	14	5,60	40	16,00	46	18,40	115	46,00	35	14,00	250	100,00				
4	13	5,20	43	17,20	38	15,20	120	48,00	36	14,40	250	100,00				
5	32	12,80	75	30,00	83	33,20	52	20,80	8	3,20	250	100,00				
6	15	6,00	33	13,20	84	33,60	101	40,40	17	6,80	250	100,00				
7	25	10,00	50	20,00	72	28,80	81	32,40	22	8,80	250	100,00				
8	18	7,20	44	17,60	60	24,00	103	41,20	25	10,00	250	100,00				
9	7	2,80	5	2,00	28	11,20	134	53,60	76	30,40	250	100,00				
10	8	3,20	5	2,00	23	9,20	139	55,60	75	30,00	250	100,00				
11	11	4,40	14	5,60	39	15,60	128	51,20	58	23,20	250	100,00				
12	16	6,40	10	4,00	38	15,20	128	51,20	58	23,20	250	100,00				
13	13	5,20	15	6,00	59	23,60	128	51,20	35	14,00	250	100,00				
14	9	3,60	26	10,40	56	22,40	122	48,80	37	14,80	250	100,00				
15	12	4,80	18	7,20	46	18,40	135	54,00	39	15,60	250	100,00				
16	9	3,60	17	6,80	48	19,20	120	48,00	56	22,40	250	100,00				
17	12	4,80	23	9,20	52	20,80	113	45,20	50	20,00	250	100,00				
18	14	5,60	21	8,40	65	26,00	101	40,40	49	19,60	250	100,00				
19	25	10,00	68	27,20	82	32,80	63	25,20	12	4,80	250	100,00				
20	24	9,60	47	18,80	73	29,20	79	31,60	27	10,80	250	100,00				
21	19	7,60	53	21,20	58	23,20	91	36,40	29	11,60	250	100,00				
22	17	6,80	27	10,80	70	28,00	103	41,20	33	13,20	250	100,00				

E-QUAL ölçeğinin test ettiği 22 maddenin dışında, çevrimiçi ankete yanıt veren kullanıcılara site ile ilgili genel görüşleri de sorulmuş (Bkz. Ek 1), kullanıcılardan HÜK web sitesini “çok iyi”, “iyi”, “orta”, “kötü” ve “çok kötü” seçenekleri ile değerlendirmeleri istenmiştir. Bu soruya verilen yanıtlara göre kullanıcıların %43’ünün orta ya da olumsuz görüş bildirdiği anlaşılmaktadır (orta: %32; kötü: %9; çok kötü: %3). HÜK web sitesi ile ilgili olarak “çok iyi” şeklinde görüş bildirenlerin oranı %7’de kalmış olmakla birlikte, her iki kullanıcıdan bir tanesi (%50), HÜK web sitesini “iyi” olarak değerlendirmiştir. Bu veriler ışığında, kullanıcıların HÜK web sitesi ile ilgili genel olarak olumlu bir görüş benimsediklerini söylemek mümkündür.

Çevrimiçi ankete yanıt veren kullanıcıların önem ve performans yanıt oranları arasındaki farka ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır (Bkz. Tablo 4 ve Şekil 1). Bu tabloda sunulan veriler, çevrimiçi ankete katılan kullanıcıların “önem” sütununda verdikleri “önemli” ve “çok önemli” yanıtları ile “performans” sütununda verdikleri “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” yanıtlarının oranları toplamı ve bunlar arasındaki farka bakılarak değerlendirilmiştir.

Tablo 4. Önem ve Performans yanıt oranları arasındaki fark

E-QUAL maddeleri	Önemli	Katılıyorum	Fark (%)
	Çok önemli (%)	+ Kesinlikle katılıyorum (%)	
1. Sitenin kullanımını kolay öğrenilebilir buluyorum	85,60	67,60	18,00
2. Siteyle olan etkileşimim açık ve anlaşılır	84,00	67,20	16,80
3. Siteyi kolay dolaşılabilir buluyorum	84,40	60,00	24,40
4. Siteyi kolay kullanılabilir buluyorum	86,40	62,40	24,00
5. Sitenin çekici bir görünümü vardır	56,80	24,00	32,80
6. Tasarım sitenin türüne uygundur	67,20	47,20	20,00
7. Site uzmanlarca hazırlanmış hissi verir	71,60	41,20	30,40
8. Site benim için olumlu bir deneyim yaratır	76,80	51,20	25,60
9. Doğru bilgi sağlar	91,60	84,00	7,60
10. İnandırıcı bilgi sağlar	90,80	85,60	5,20
11. Zamanında bilgi sağlar	88,80	74,40	14,40
12. İhtiyaçlarımla ilgili bilgi sağlar	88,80	74,40	14,40
13. Kolay anlaşılır bilgi sağlar	86,40	65,20	21,20
14. Uygun detayda bilgi sağlar	87,20	63,60	23,60
15. Bilgiyi uygun bir biçimde sunar	85,20	69,60	15,60
16. Saygındır	76,80	70,40	6,40
17. İşlemleri tamamlamak konusunda güven verir	83,60	65,20	18,40
18. Kişisel bilgilerimin güvenliğinde olduğu hissini verir	82,80	60,00	22,80
19. Kişiselleştirilmiş izlenimi yaratır	57,20	30,00	27,20
20. Bir topluluğa ait olma hissi uyandırır	54,80	42,40	12,40
21. Kurumla iletişim kurmayı kolaylaştırır	69,60	48,00	21,60
22. Hizmetin vadedildiği şekilde sunulacağı konusunda kendimi güvende hissederim	79,20	54,40	24,80



Şekil 1. Önem ve performans yanıtları arasındaki fark

Tablo 4 ve Şekil 1, kullanıcıların hizmet kalitesi ile ilgili beklentileri ile siteden aldıkları hizmet arasındaki boşluğun boyutları ve bu boşluğun hangi konularda daha fazla olduğu hakkında fikir vermektedir. Buna göre en yüksek farkın (%33-20) olduğu konuların özellikle *Kullanılabilirlik* ve *Hizmet etkileşimi* boyutlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Kullanıcıların beklentilerinin en az karşılandığı maddenin *Kullanılabilirlik* boyutu içerisinde değerlendirilen "Sitenin çekici bir görünümü vardır" (Madde no: 5, önem ve performans oranları arasındaki fark %33) olması, kullanıcıların web sitesinin görüntüsünden tam olarak memnun olmadıklarını göstermektedir. Buna, *Kullanılabilirlik* boyutu ile ilgili sitenin uzmanlarca hazırlanmış izlenimi vermesi, olumlu bir deneyim yaratması, kolay dolaşılabilir ve kullanılabilir olması, tasarımın sitenin türüne uygun olması (sırasıyla Madde no: 5, 7, 8, 3, 4, 6;

oran farkları %33 ila 20) gibi diğer maddeler de eklenince, kullanıcıların HÜK web sitesini tam olarak kullanılabilir ve tasarımını da yeterli bulmadığını söylemek mümkündür.

Yine Tablo 3 ve Şekil 1 birlikte incelendiğinde, kullanıcıların beklentilerin daha düşük düzeyde karşılandığı bir başka boyutun da *Hizmet etkileşimi* olduğu görülmektedir (oranlar arasındaki farklar %27 ile %22 arasında). Buna göre, sitenin kişiselleştirilmiş izlenimi yaratması, işlemleri tamamlama konusunda kullanıcıların kendilerini güvende ve kişisel bilgilerini güvenlikte hissetmeleri ve kurumla kolay iletişimi kurabilme açılarından (sırasıyla Madde no: 19, 22, 18, 21) kullanıcıların beklentilerinin tam olarak karşılanamadığı görülmektedir.

Kullanıcıların önem ve performans yanıt oranları arasındaki farka bakıldığında (Bkz. Tablo 3 ve Şekil 1) *Bilginin niteliği* boyutuna dahil olan sadece iki maddenin oranlar arasındaki fark açısından üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bu maddeler HÜK web sitesinin “uygun detayda” (Madde no: 14, fark %24) ve “kolay anlaşılır” (Madde no: 13, fark %21) bilgi sağlaması ile ilgilidir. *Bilginin niteliği* boyutunun HÜK kullanıcıları tarafından en fazla önemsenen boyut olması da dikkate alındığında, kullanıcıların bu konudaki beklentilerinin tam olarak karşılanamaması durumunda hizmet kalitesi açısından olumsuz bir algıya neden olunabileceği düşünülmektedir.

Tablo 3 ve Şekil 1’in işaret ettiği en önemli noktalardan bir tanesi, E-QUAL hizmet kalitesi maddeleri söz konusu olduğunda kullanıcı beklentilerinin hiçbir madde için tam olarak karşılanmamış olmasıdır. Öte yandan, bir üniversite kütüphanesi olarak HÜK’ün, *Bilginin niteliği* boyutu altında ele alınan, zamanında, ihtiyaçlarla ilgili, doğru ve inandırıcı bilgi sağlaması maddelerinde (sırasıyla Madde no: 11, 12, 9, 10) çok daha iyi bir performans sergilediği, kullanıcıların algıladıkları hizmet ve konuya verdikleri önem arasındaki farkın bu maddeler için daha düşük olduğu görülmektedir (fark %14 ila 5). Önem ve performans oranları arasındaki farkın düşük olduğu diğer maddeler ise bir topluluğa ait olma hissi uyandırma (Madde no: 20; fark %12) ve saygınlık (Madde no: 16, fark %6) olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu maddeler E-QUAL ölçeğinin *Hizmet etkileşimi* boyutu altında değerlendirilmekte olup,

köklü bir kurum olan Hacettepe Üniversitesi kimliğinin bu olumlu algıda etkili olmuş olabileceği düşünülmektedir. Siteyle ilgili genel görüşlerinin sorulduğu 23. soruya, kullanıcıların %57'sinin olumlu görüş ifade ettikleri de göz önünde bulundurulduğunda, web hizmet kalitesi açısından bazı eksikleri olduğunu düşünseler de HÜK kullanıcılarının kuruma belirli bir düzeyde aidiyet duygusu geliştirdikleri sonucuna varılabilir.

Yukarıdaki veriler ışığında, HÜK'ün hizmet kalitesini artırmak için öncelikle ele alması gereken konuların *Kullanılabilirlik* ve *Hizmet etkileşimi* ile ilgili maddelerde yoğunlaştığı, *Bilginin niteliği* konusu ile ilgili maddelerde kullanıcıların beklentilerinin daha yüksek düzeyde karşılandığını söylemek mümkündür.

3.2.2. Web Hizmet Kalitesi ile İlgili Boyutlar

Web hizmet kalitesinin değerlendirilmesi noktasında, hizmet kalitesi söz konusu olduğunda hangi boyutların kullanıcılar tarafından öne çıkarıldıkları ve E-QUAL ölçeğindeki üç boyutun (*Kullanılabilirlik*, *Bilginin niteliği*, *Hizmet etkileşimi*) alt boyutlara ayrılıp ayrılmadığının belirlenmesi, araştırmamızın amaçları arasında yer almaktadır. Soydal (2008), benzer çalışmalarda faktör analizi uygulandığında, değerlendirilen sitelere özgü *Güven*, *Tasarım*, *Özdeşleştirme* gibi farklı boyut gruplarının ortaya çıkabildiğini ya da var olan maddelerin tanımlı boyutlar arasında farklı şekillerde gruplanabildiğini (örneğin, *Bilginin niteliği* ve *güven* boyutu) ifade etmektedir (Soydal, 2008, s. 50).

HÜK kullanıcılarının, E-QUAL ölçeği ile birlikte tanımlanan boyutları (*Kullanılabilirlik*, *Bilginin niteliği*, *Hizmet etkileşimi*) ne şekilde algıladığını ortaya koyabilmek için çalışmamız kapsamında elde edilen verilere de faktör analizi uygulanmıştır. Bu amaçla, öncelikle 250 yanıtta oluşan veri setinin yapılacak analizlere uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi yapılarak belirlenmiştir. Bunun sonucunda, değerlendirilen veri setinin analizler için uygun ($KMO= 0,954$; $p<0,05$) olduğu belirlenmiştir.

Faktör analizi işlemi sırasında Temel Bileşen Analizi (TBA) (Principal Component Analysis) yöntemi kullanılmış, Özdeğer 1 olarak alınmış ve Varimax rotasyonu kullanılmıştır. Tablo 4'te, rotasyon öncesi tek bir faktörün, varyansın yaklaşık %60'ını açıkladığı görülmektedir. Rotasyonun ardından ise üç faktör arasında görece daha dengeli bir dağılım ortaya çıktığı anlaşılmıştır. Rotasyon sonrası elde edilen üç faktör toplam varyansın %74'ünü açıklamaktadır (bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Toplam varyansın açıklanma oranları

Bileşenler	Rotasyondan önce			Rotasyondan sonra		
	Toplam	Varyans %si	Birikimli %	Toplam	Varyans %si	Birikimli %
1	13,158	59,808	59,808	7,695	34,979	34,979
2	2,012	9,148	68,956	4,392	19,965	54,944
3	1,182	5,375	74,330	4,265	19,386	74,330
4	0,814	3,700	78,030			
5	0,617	2,804	80,834			
6	0,499	2,267	83,102			
7	0,448	2,035	85,136			
8	0,415	1,887	87,023			
9	0,373	1,697	88,720			
10	0,314	1,429	90,149			
11	0,289	1,314	91,462			
12	0,278	1,262	92,725			
13	0,266	1,209	93,933			
14	0,225	1,025	94,958			
15	0,216	0,980	95,938			
16	0,187	0,848	96,786			
17	0,175	0,795	97,581			
18	0,137	0,625	98,205			
19	0,119	0,543	98,748			
20	0,110	0,499	99,247			
21	0,088	0,399	99,646			
22	0,078	0,354	100,000			

Web bilgi sistemlerinde hizmet kalitesini ölçebilecek, farklı boyutları test eden ölçekler geliştirilmiş olup bunların test ettikleri kavramlar genellikle *kullanılabilirlik*, *güven*, *güvenlik*, *özdeşleştirme* şeklinde adlandırılmaktadır

(Soydal, 2008, s. 5). E-QUAL geliştirilirken çeşitli web hizmetleri ile ilgili testler yapıldığında da faktör analizi uygulanmış ve bunun sonucunda kullanıcıların beklentilerinin kullanım kolaylığı, sitenin estetik tasarımı, bilginin niteliği ve kullanıcı ile bütünleşme konularına odaklandığı görülmüştür (Barnes ve Vidgen, 2001). Yine Barnes ve Vidgen (2002) tarafından incelenen e-ticaret sitelerinde kullanıcılardan alınan yanıtlar doğrultusunda da; *kullanılabilirlik, tasarım, bilginin niteliği, güven ve özdeşleştirme* olarak beş boyut ortaya çıkmıştır. Bu bilgiler ışığında çalışmamız için elde edilen verilere uygulanan faktör analizi sonuçları yorumlanmış ve ortaya çıkan üç boyut; **Bilginin niteliği ve güven** (9-18. ve 22. maddeler), **Tasarım ve özdeşleştirme** (5-7. ve 19-21. maddeler) ve **Kullanılabilirlik** (1-4. ve 8. maddeler) şeklinde tanımlanmıştır (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6. Faktör analizi sonucu elde edilen boyutlar ve ilgili E-QUAL maddeleri

Boyutlar	E-QUAL maddeleri	Gruplar		
		1	2	3
Bilginin niteliği ve güven	9. Doğru bilgi sağlar	0,841		
	10. İnanıdırıcı bilgi sağlar	0,838		
	11. Zamanında bilgi sağlar	0,875		
	12. İhtiyaçlarımla ilgili bilgi sağlar	0,859		
	13. Kolay anlaşılır bilgi sağlar	0,771		
	14. Uygun detayda bilgi sağlar	0,822		
	15. Bilgiyi uygun bir biçimde sunar	0,719		
	16. Saygındır	0,525		
	17. İşlemleri tamamlamak konusunda güven verir	0,706		
	18. Kişisel bilgilerimin güvenliğinde olduğumu hissetirir	0,697		
	22. Hizmetin vadedildiği şekilde sunulacağı konusunda kendimi güvende hissediyorum	0,630		
Tasarım ve özdeşleştirme	5. Sitenin çekici bir görünümü vardır		0,678	
	6. Tasarım sitenin türüne uygundur		0,638	
	7. Site uzmanlarca hazırlanmış hissi verir		0,608	
	19. Kişiselleştirilmiş izlenimi yaratır		0,787	
	20. Bir topluluğa ait olma hissi uyandırır		0,833	
	21. Kurumla iletişim kurmayı kolaylaştırır		0,602	
Kullanılabilirlik	1. Sitenin kullanımını kolay öğrenilebilir buluyorum			0,744
	2. Siteyle olan etkileşimim açık ve anlaşılır			0,770
	3. Siteyi kolay dolaşılabilir buluyorum			0,781
	4. Siteyi kolay kullanılabilir buluyorum			0,718
	8. Site benim için olumlu bir deneyim yaratır			0,527

Ölçeğin iç tutarlılık katsayıları incelendiğinde 22 madde bakımından Cronbach Alfa değerinin önem için 0,964, performans için ise 0,963 olarak belirlendiği ve bu anlamda ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu önceki başlıklarda da belirtilmişti. Yine önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, Alfa değeri 1'e ne kadar yakınsa ölçülen maddelerin güvenilirliği o derece yüksektir (Bkz. "1.3.2. Verilerin Yorumlanması" başlığı). Buna göre, ölçekten elde edilen boyutların güvenilirliğinin de yüksek olduğu görülmekte, *Bilginin niteliği ve güven* boyutunun önem ve performans bakımından en yüksek Alfa değerine sahip olduğu da ayrıca dikkat çekmektedir. Bir başka deyişle, kullanıcılardan alınan yanıtlara göre en güvenilir olması bakımından *Bilginin niteliği ve güven* boyutunun ön plana çıktığı sonucuna varılabilir (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7. Boyutların Cronbach Alfa değerleri

Boyutlar	α önem	α performans
Bilginin niteliği ve güven	0,964	0,946
Tasarım ve özdeşleştirme	0,871	0,883
Kullanılabilirlik	0,931	0,938
Toplam	0,964	0,963

Bu noktada, boyutlara göre olumlu görüş bildirilme oranları araştırılmıştır. Bu amaçla, her soru için bildirilen olumlu görüşlerin (Tamamen katılıyorum + Katılıyorum; Çok önemli + Önemli) oranları birleştirilmiş ve bu oranların boyutlara dâhil olan sorular temel alınarak ortalaması elde edilmiştir. Bu oranlar Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Boyutlara göre olumlu görüş bildirilme oranları

Boyutlar	Olumlu yanıt oranı ortalaması (Önem)		Olumlu yanıt oranı ortalaması (Performans)	
	\bar{X}_i	SS	\bar{X}_p	SS
Bilginin niteliği ve güven	85,56	4,66	69,71	9,53
Tasarım ve özdeşleştirme	62,87	7,41	38,80	9,70
Kullanılabilirlik	83,44	3,83	61,68	6,68

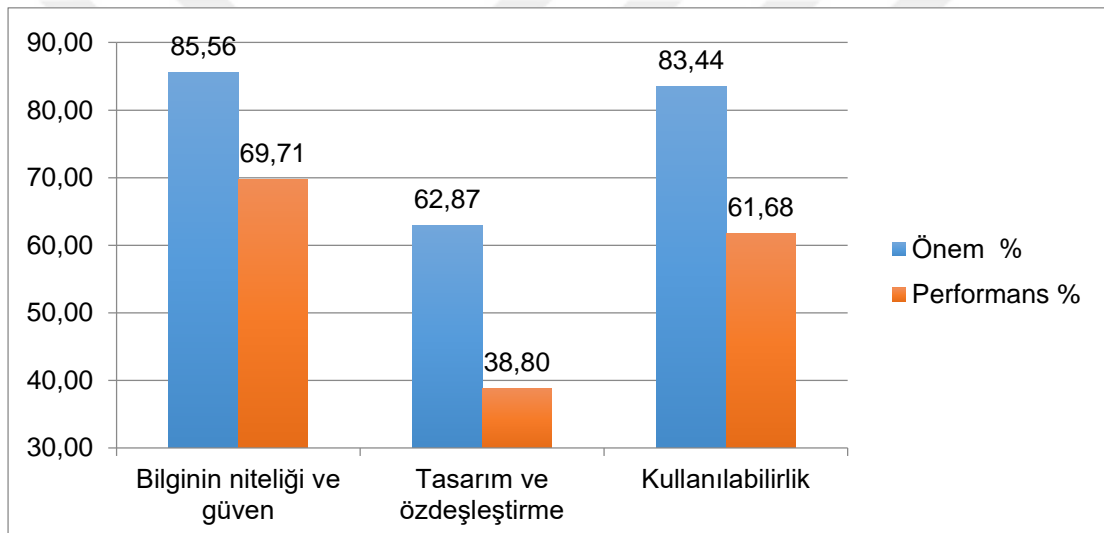
Not: 1. \bar{X}_i = Önem için verilen pozitif yanıtların oran ortalaması; \bar{X}_p : Performans için verilen pozitif yanıtların oran ortalaması; SS= standart sapma.

2. \bar{X}_i ve \bar{X}_p değerleri, Tablo 1 ve Tablo 2'de yer alan pozitif yorumlara ait oranlar ("Önemli", "Çok önemli" ve "Katılıyorum", "Tamamen katılıyorum") birleştirilerek bunların boyutlara göre gruplanmasının ardından ortalamasının alınması ile elde edilmiştir.

Tablo 8'den elde edilen bulgulara göre, kullanıcıların en fazla önemsendiği boyut %85,56'lık bir oran ile *Bilginin niteliği ve güven* olmuş, bunu az bir farkla (%83,44) *Kullanılabilirlik* boyutu takip etmiştir. Kullanıcıların en az önemsendiği boyutun ise %62,87'lik bir oranla *Tasarım ve özdeşleştirme* olduğu görülmüştür. Benzer bir durum HÜK web sitesinin ilgili boyutlar için sergilediği performans için de geçerlidir. Kullanıcılar HÜK web sitesinin performansını değerlendirirken, %69,71'lik bir oranla en fazla *Bilginin niteliği ve güven* boyutu için, en az da (%38,80) *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu için olumlu görüş bildirmişlerdir.

Kullanıcıların olumlu görüş bildirme oranlarına bakıldığında site performansına yönelik olarak elde edilen standart sapma değerlerinin önem ortalamalarının standart sapma değerlerinden yüksek olduğu görülmüştür (Bkz. Tablo 8). Bu durum, ölçeğe yanıt veren kullanıcıların sitenin performansına ilişkin görüşlerinin birbirinden bir miktar farklı olduğunu kanıtlamaktadır. Kullanıcıların, site ile etkileşimleri sırasında deneyimledikleri olumlu ya da olumsuz durumların ya da yanıt verenler arasında farklı profile (örneğin akademik personel, öğrenci) sahip kullanıcılar bulunmasının, kullanıcıların site performansı ile ilgili görüşlerinde farklılıklar ortaya çıkmasına etki ettiği düşünülmektedir.

Bu noktada, performans açısından boyutlara verilen olumlu yanıtların oranlarının düşüklüğü dikkat çekmektedir (%39 ila 70). Öte yandan, hizmet kalitesi değerlendirmeleri söz konusu olduğunda performans ve önem açısından boyutlara verilen yanıtların birbirinden bağımsız düşünülmemesi gerekmektedir. Bir başka deyişle, kullanıcı algısını belirlemek için önem ve performans arasındaki farka bakılabilir. Bu bilgiden hareketle, E-QUAL boyutları için HÜK web sitesinin önem ve performans (pozitif) değerlendirmeleri arasındaki fark incelenmiştir. Bu amaçla, Tablo 8’de ortaya çıkan farklılıklar da Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2. Boyutların önemsenme oranları ile HÜK performansına ait oranların farkları

Not: Şekilde yer alan oran ortalamaları, hem önem hem de performans için yalnızca olumlu görüşleri içermektedir (Bkz. Tablo 8).

Şekil 2’den de, HÜK web sitesi kullanıcılarının en fazla önem atfettiği boyutun *Bilginin niteliği ve güven* olduğu görülmektedir. HÜK web sitesinin kullanıcılara göre yine en yüksek performans sergilediği boyutun da *Bilginin niteliği ve güven* olduğu anlaşılmaktadır. Kullanıcılar tarafından en az önemsenen *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutunun ise HÜK performansı açısından yine en düşük performans oranı ile değerlendirildiği görülmüştür. Bu noktada, önem ve performans oranları arasındaki fark bize başka bir bilgi sunmaktadır. Buna

göre, kullanıcıların önem ve performans arasındaki farkı en düşük olarak değerlendirdikleri boyut, *Bilginin niteliği ve güven* (önem ve performans oranları arasındaki fark %24), en yüksek olarak değerlendirdikleri boyut ise *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutudur (önem ve performans oranları arasındaki fark %16). Buradan, kullanıcıların bu boyutlar arasında beklentilerinin en düşük düzeyde karşılanan boyutun sitenin görünümü ve kişiselleştirilmişlik hissi gibi konuları ölçen *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu, en yüksek düzeyde karşılandığı boyutun ise doğru, inandırıcı, zamanında, kolay anlaşılabilir bilgi sağlama ve kişisel bilgilerin güvenliği gibi konuları ölçen *Bilginin niteliği ve güven* boyutu olduğu anlaşılmaktadır. (Benzer bir sonuç, bir önceki başlık altında, 22 madde ve ölçeğin orijinal boyutları üzerinden yapılan değerlendirmelerde de karşımıza çıkmıştır.) Buna göre, her ne kadar kullanıcılar diğer boyutlara kıyasla en düşük düzeyde önem atfetmiş olsalar da, HÜK'ün web sitesinin tasarımı ve bu site aracılığı ile sunduğu etkileşimli hizmetler açısından kendisini öncelikli olarak iyileştirmesi gerektiği sonucuna varılabilir. Yine, önem ve performans puanları arasındaki farka (%22, Bkz. Şekil 2, *Kullanılabilirlik* boyutu) bakılarak, sitenin kullanılabilirliğinin artırılmasına yönelik olarak yapılacak çalışmalara da öncelik verildiğinde, hizmetlerin niteliğini yükseltmek açısından olumlu sonuçlar elde edilebileceği söylenebilir.

3.2.3. Demografik Bulgular ve Boyutların Karşılaştırılması

HÜK kullanıcılarının verdikleri yanıtlara bakıldığında (Bkz. Tablo 1), yaklaşık her iki kişiden birinin akademisyen, geri kalanların da çok büyük bir çoğunluğunun öğrenci olduğu görülmüştür. Yanıt veren kullanıcıların ağırlıklı olarak Sosyal Bilimler ve Sağlık Bilimleri alanından oldukları, %80'in üzerindeki kullanıcının HÜK web sitesini masaüstü/dizüstü bilgisayar aracılığı ile kullandığı ve yarısından fazlasının 30 yaş altı kullanıcılar olduğu da elde edilen bulgular arasındadır. Giriş başlığı altında da belirtildiği gibi çalışmamızda, HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcıların yukarıda sıralanan demografik özellikleri ile web hizmet kalitesi boyutlarına bakışları arasında bir farklılık olup olmadığı da araştırılmaktadır. Bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla elde edilen bulgular Tablo 9a ve 9b'de sunulmuştur.

Kullanıcıların bu farklı özelliklerinin boyutlara bakışları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etki yaratıp yaratmadığı yine aynı başlık (Bkz. 1.3. Yöntem başlığı) altında belirtilen testlerle araştırılmış ve sonuçları aşağıda rapor edilmiştir.⁶

HÜK kullanıcılarının yaşlarının site ile ilgili önem ve performans değerlendirmelerini etkilemediği görülmektedir. Yaş gruplarının homojen olduğu ve hizmet kalitesi boyutlarına verilen hem önem hem de bu boyutlar için HÜK web sitesinin sergilediği performans değerlendirmeleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık sergilemediği anlaşılmıştır. (Önem= *Bilginin niteliği*: $Z=-0,726$, $p=0,468$; *Tasarım ve özdeşleştirme*: $Z=-0,648$, $p=0,517$; *Kullanılabilirlik*: $Z=-0,664$, $p=0,507$; Performans= *Bilginin niteliği*: $Z=-0,454$, $p=0,65$; *Tasarım ve özdeşleştirme*: $Z=-0,75$, $p=0,453$; *Kullanılabilirlik*: $Z=-0,067$, $p=0,946$). Buna göre, yanıt veren kullanıcı yaş gruplarının boyutlara bakışları açısından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı, boyutlara ilişkin atfedilen önemin ve HÜK performansı ile ilgili görüşlerin yaşa bağlı bir değişkenlik göstermediği söylenilebilir.

Kullanıcıların HÜK web sitesini en fazla hangi cihazlar yardımıyla kullandıklarının araştırıldığı soruda, daha önce de belirtildiği gibi, yüksek oranda masaüstü/dizüstü bilgisayar yanıtı alınmıştır. Bu noktada, tablet, akıllı telefon gibi mobil cihazlardan bağlanan kullanıcılarla masaüstü/dizüstü bilgisayar kullanıcıları arasında web hizmet kalitesi boyutları ile ilgili değerlendirmeleri açısından bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre, HÜK web sitesinden dizüstü/masaüstü bilgisayar ile yararlananların hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri önemin diğer kullanıcıların değerlendirmelerinden daha yüksek olduğu ancak diğer cihazlardan yararlanan kullanıcılara göre aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı belirlenmiştir (*Bilginin niteliği*: $H=2,205$, $p=0,332$; *Tasarım ve özdeşleştirme*: $H=1,496$, $p=0,473$; *Kullanılabilirlik*: $H=0,614$, $p=0,736$). Öte yandan, HÜK web sitesinden akıllı telefon aracılığı ile yararlananların hizmet kalitesi boyutları bakımından web sitesinin sergilediği performansı diğer

⁶ İlgili testlerin yapılabilmesi için kullanıcıların verdikleri yanıtlar (1 en olumsuz, 5 en olumlu olmak üzere) puan olarak değerlendirilmiş ve bu başlık altında yanıt oranları yerine her boyut için ortaya çıkan puanlar üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

cihazlardan yararlanan kullanıcılara göre daha yüksek puanlarla değerlendirdiği, ancak burada ortaya çıkan farkın da istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı görülmüştür (*Bilginin niteliği*: $H=0,958$, $p=0,62$; *Tasarım ve özdeleştirme*: $H=2,327$, $p=0,312$; *Kullanılabilirlik*: $H=1,996$, $p=0,369$).

HÜK kullanıcılarının çalışma/eğitim alanlarının web hizmet kalitesi boyutları üzerinde bir etkisi olup olmadığı da incelenmiştir. Sosyal bilimler (Psikoloji, Sosyoloji, Tarih, Ekonomi vb.) alanında çalışanların, hizmet kalitesi boyutlarına hem verdikleri önemin hem de bu boyutlar için yaptıkları performans değerlendirmelerinin daha yüksek olduğu, ancak diğer çalışma/eğitim alanlarına göre aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı görülmüştür (Önem=> *Bilginin niteliği*: $H=1,049$, $p=0,789$; *Tasarım ve özdeleştirme*: $H=5,173$, $p=0,16$; *Kullanılabilirlik*: $H=3,856$, $p=0,277$; Performans=> $H=1,24$, $p=0,743$; *Tasarım ve özdeleştirme*: $H=0,903$, $p=0,825$; *Kullanılabilirlik*: $H=3,889$, $p=0,274$). Yaş grupları ile benzer şekilde, çalışma alanlarının da boyutlara bakış üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yaratmadığı anlaşılmaktadır.

HÜK kullanıcılarının statüleri (akademik, öğrenci, idari) açısından yapılan değerlendirmede, öğrencilerin hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri önemin diğer kullanıcı statülerinin verdiği önemden daha fazla olduğu ancak aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı belirlenmiştir (*Bilginin niteliği*: $H=3,003$, $p=0,223$; *Tasarım ve özdeleştirme*: $H=3,696$, $p=0,158$; *Kullanılabilirlik*: $H=1,339$, $p=0,512$). Performans puanları açısından bakıldığında ise akademik ve idari personelin hizmet kalitesi boyutları açısından HÜK performansını diğer statülerdeki kullanıcılara göre daha düşük olarak değerlendirdikleri ve aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmüştür (*Bilginin niteliği*: $H=6,577$, $p=0,037$; *Tasarım ve özdeleştirme*: $H=6,83$, $p=0,033$; *Kullanılabilirlik*: $H=4,393$, $p=0,111$). Bir başka deyişle, akademik personelin, HÜK performansını idari ve öğrenci statüsündeki kullanıcılara nazaran istatistiksel açıdan anlamlı şekilde daha düşük düzeyde değerlendirdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 9a. Demografik veriler ve boyutlar I

	Yaş grupları			Kullanılan cihazlar											
	30 ve altı			30 üzeri			Akıllı telefon			Tablet			Bilgisayar		
<u>Önem</u>	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N
BNG	4,34	0,76	150	4,3	0,73	100	4,16	0,76	24	3,78	1,41	8	4,37	0,71	218
TÖ	3,7	0,82	150	3,62	0,85	100	3,84	0,82	24	3,42	1,14	8	3,66	0,82	218
Kullanılabilirlik	4,16	0,81	150	4,11	0,82	100	4,02	0,86	24	3,9	1,36	8	4,16	0,78	218
<u>Performans</u>	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N
BNG	3,74	0,76	150	3,75	0,86	100	4,16	0,76	24	3,78	1,41	8	4,37	0,71	218
TÖ	3,1	0,88	150	3	0,83	100	3,84	0,82	24	3,42	1,14	8	3,66	0,82	218
Kullanılabilirlik	3,49	0,94	150	3,47	0,98	100	4,02	0,86	24	3,9	1,36	8	4,16	0,78	218

Tablo 9b. Demografik veriler ve boyutlar II

	Çalışma alanları						Üniversitedeki statü								
	Sağlık Bil.		Sos. Bil.		Fen ve Müh.		Sanat ve İnsan Bil.		Öğrenci		Akademik		İdari		
<u>Önem</u>	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N
BNG	4,32	0,81	85	4,41	0,6	93	4,25	0,76	47	4,19	1	25	4,39	0,77	105
TÖ	3,65	0,88	85	3,75	0,77	93	3,46	0,84	47	3,83	0,88	25	3,76	0,87	105
Kullanılabilirlik	4,18	0,8	85	4,21	0,76	93	3,95	0,85	47	4,06	0,95	25	4,16	0,85	105
<u>Performans</u>	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N	\bar{X}	SS	N
BNG	3,72	0,81	85	3,79	0,75	93	3,8	0,74	47	3,54	1	25	4,39	0,77	105
TÖ	3,08	0,83	85	3,09	0,84	93	2,98	0,84	47	3,03	1,07	25	3,76	0,87	105
Kullanılabilirlik	3,43	0,95	85	3,63	0,96	93	3,36	0,86	47	3,34	1,13	25	4,16	0,85	105

Not: BNG: Bilginin niteliği ve güveni; TÖ: Tasarım ve özdeşleştirme

Yukarıda sunulan bulgulardan anlaşılacağı üzere, E-QUAL hizmet kalitesi ölçeğinin sonuçlarının araştırıldığı ankete yanıt veren HÜK kullanıcıları çerçevesinde yapılan değerlendirmelerde yaş, kullanılan, cihaz ve çalışma alanlarının kullanıcıların hem hizmet kalitesi boyutlarına attıkları önem hem de bu boyutlara yönelik HÜK web sitesinin performans değerlendirmeleri üzerinde bir etkisi tespit edilememiştir. Öte yandan, kullanıcıların idari, akademik ya da öğrenci statüsünde olmaları, boyutlara yönelik yalnızca performans değerlendirmeleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık oluşturmuştur. Buna göre öğrenciler, idari personelin görüşlerine kıyasla HÜK web sitesinin *Bilginin niteliği ve güven* boyutu ile ilgili daha yüksek bir performans sergilediğini düşünmektedir. *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu ile ilgili performans değerlendirmelerinde ise yine öğrenciler akademik personele kıyasla HÜK web sitesini daha başarılı bulmuşlardır. Buradan yola çıkılarak, öğrencilerin HÜK web sitesinin arayüzü, buradan sunulan hizmetler ve sunulan içerik ile ilgili daha olumlu bir algıya sahip olduğu sonucuna varılabilmektedir.

3.3. NİTEL VERİLER

Çalışmamızda uygulanan anketin son bölümünde, kullanıcılara kendi cümleleri ile düşüncelerini aktarabilecekleri “Eklemek istedikleriniz?” şeklinde ifade edilen bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya 250 kullanıcı içerisinde 33 tanesi (%13,2) yanıt vermiştir. Ancak, bu kişilerin verdikleri yanıtlardan 7 tanesi (“Teşekkürler”, “Başarılar” vb. ifadelerden ibaret olduklarından) incelemeye dâhil edilmemiştir. Böylece değerlendirmeye alınan yanıt sayısı 26’ya düşmüştür. Bunun yanı sıra, verilen yanıtlara bakıldığında bazı kullanıcıların birden fazla konuda görüş bildirdiği belirlenmiştir. Bu nedenle yanıtlar, birbirini tekrar etmeyecek olumlu ve olumsuz görüşler halinde listelenmiş ve çalışmamızda faktör analizi sonucu elde edilen boyutlara göre sınıflanmıştır. Bahse konu yanıtların boyutlara göre dağılımı Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 10. Nitel verilerin boyutlara göre sınıflanması (N= 33)

Boyutlar	Görüşler	n	%
Bilginin niteliği ve güven (siteye erişim, bilgiye erişim, eksik bilgi, uygun/yeterli bilgi, vb.)	Olumlu	2	6,1
	Olumsuz	7	21,2
	<i>Toplam</i>	9	27,3
Tasarım ve özdeşleştirme (site haritası, görünüm, kişisel bilgiler, etkileşimli işlemler, vb.)	Olumlu	0	0,0
	Olumsuz	9	27,3
	<i>Toplam</i>	9	27,3
Kullanılabilirlik (kullanım kolaylığı, çalışan/çalışmayan bağlantılar, site içi dolaşım vb.)	Olumlu	1	3,0
	Olumsuz	7	21,2
	<i>Toplam</i>	8	24,2
Diğer (web sitesi veya kütüphane hizmetleri ile ilgili geneli görüşler)	Olumlu	5	15,2
	Olumsuz	2	6,1
	<i>Toplam</i>	7	21,2
Genel toplam		33	100,0

Not: Geçerli yanıt veren kullanıcı sayısı 26 olmakla birlikte, 7 kullanıcı birden fazla konuda görüş bildirdiğinden analizlerde N= 33 olarak alınmıştır, yanıtlar kullanıcı sayısı bazında değil, bildirilen görüş sayısı açısından değerlendirilmiştir.

Kullanıcılardan, kendi cümleleri ile görüşlerini ifade etmeleri talep edilen sorunun yanıtları incelendiğinde, olumlu görüşlerin toplam oranının %24 olduğu görülmektedir (“Diğer” kategorisi de dâhil olmak üzere toplam olumlu görüş sayısı 8). Bu görüşlerin çok önemli bir çoğunluğunun kütüphanenin genel olarak hizmetlerine ilişkin olumlu görüşler olduğu anlaşılmaktadır (toplam olumlu görüşlerin 5 tanesi, genel olarak kütüphane ve hizmetleri ile ilgili olup, boyutlar dışında “Diğer” kategorisi altında yer almaktadır).

Hatırlanacağı gibi, E-QUAL maddeleri üzerinden yapılan analizler sonucunda en fazla önem atfedilen boyutun *Bilginin niteliği ve güven* boyutu olduğu ortaya çıkmıştı (Bkz. Şekil 2, *Bilginin niteliği ve güven* boyutu). Nitel verilerin incelenmesi sonucunda da en fazla görüş bildirilen iki boyuttan bir tanesinin yine *Bilginin niteliği ve güven* boyutu olduğu görülmüştür (bu boyuta ait olumsuz görüş oranı %27, bildirilen toplam 9 görüşten yalnızca 2 tanesi olumlu). En fazla görüş bildirilen diğer boyut olan *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutuna ilişkin

olumlu bir geri dönüş alınmamış, %27'lik bir oranla negatif görüşlerin ağırlıkta olduğu görülmüştür (toplam 9 görüş bildirilmiştir ve hepsinin olumsuz olduğu görülmektedir). Bu durum, boyutlara göre yapılan analizlerde de karşımızda çıkmıştır. Hatırlanacağı gibi (Bkz. Şekil 2), elde edilen diğer bulgulara göre de *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu, kullanıcıların beklentilerinin en düşük düzeyde karşılandığı boyut olarak görünmektedir. *Kullanılabilirlik* boyutuna verilen yanıtlarda ise sitede yer alan bağlantıların çalışabilirliği ve genel kullanılabilirlik seviyesi açısından kullanıcılarda negatif yönde bir algı olduğu görülmektedir (bu boyuta ait olumsuz görüş oranı %21,2; bildirilen toplam 8 görüşten yalnızca 1 tanesi olumlu). Bu boyutla ilgili olarak bildirilen görüşlerin neredeyse hepsinin olumsuz olması da, önceki bölümlerde karşımıza çıkan web sitesinin kullanılabilirliğine yönelik kullanıcı “memnuniyetsizliği”nin bir başka göstergesi olarak değerlendirilebilir (Bkz. Şekil 2, *Kullanılabilirlik* boyutu).

Kullanıcı görüşlerinin alındığı açık uçlu soruya verilen yanıtlar içerisinde öneriler de bulunmaktadır. Buna göre, 14 kullanıcının HÜK için çeşitli önerilerde bulunduğu belirlenmiştir. Bu öneriler de boyutlara göre sınıflanmıştır. En çok öneri alınan boyut *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutudur (5 öneri). Arkasından *Bilginin niteliği ve güven* ile *Kullanılabilirlik* boyutları (4'er öneri) gelmektedir. Bir öneri de genel olarak hizmetlere yönelik olarak yapılmıştır.

Tablo 10 için kullanılan veriler, bir başka deyişle 26 kullanıcıdan alınan yanıtlar ve bunların hangi boyutlar altında değerlendirildiği ile ilgili ayrıntılı bilgi EK 2'de yer almaktadır. Aşağıda, kullanıcıların olumlu ve olumsuz görüşlerinin bazıları ile bazı önerileri sunulmuştur:⁷

“genelde memnunum, hic bir sorun yasadim. En cok kullandigim katalog sayfasi, belki goze daha hos gorunebilirdi. Emegi gecen herkese tesekkur ederim”

“Çok derece güzel ve kullanışlı bir sitedir”

“KÜTÜPHANEMİZ HİZMET KONUSUNDA ÇOK İSTEKLİDİR VE GÜZEL İŞLER BAŞARILMAKTA, ÖNERİLER DİKKATE ALINMAKTADIR. TEŞEKKÜR EDERİZ. ANKET EKİBİNE DE BAŞARILAR”

⁷ Görüşler kullanıcıların yazdıkları şekilde aktarılmış, yazım hatalarına müdahale edilmemiştir.

“genel olarak aldığım hizmetten memnunum; 4 yıldır kutuphaneye online ulaşıyorum. Her soruma veya sorunuma telefon veya e-posta ile zamanında yanıt aldım. Kutuphaneye tesekkürler”

“Kütüphane kaynaklarının dünya ölçeğinde yeterli olduğunubiliyorum. Özellikle elektronik dergi üyeliği ve e-kitap olanakları çok güzel. Herşeyden önce yeniden düzenlenmesi gerekir. Kolay bir tarama yöntemi bulunmalı. Yani malzeme çok iyi ama erişebilirlik daha kolay olmalı. Bu arada personeli tebrik etmek isterim her soruma kısa sürede cevap bulabildim. Saygılarımla”

“Kütüphane web sitesinde arattığım hiçbir kaynağı kütüphane raflarında bulamıyorum. Web sitesinin ve kütüphane kitaplığının en kısa sürede baştan ayağa düzenlenmesi gerektiğini düşünüyorum”

“dergiler ve ulaşılabilirlikleri konusunda daha fazla bilgi olmasını isterdim”

“Siteye erişmem çok kolay olmadı birkaç kez şifremi doğrulanmasında sorun yaşadım. Hatta başta şifremi bilmiyordum mail adresim, diğer Hacettepe bağlantılarımda kullandığım hiçbir şifreyle erişemedim. Ancak site tıp öğrencisi için güncel ve zengin, ücretli ulaşılabilen metinlere erişebiliyoruz.”

“Diğer üniversitelerin kütüphane web servisleri incelendiğinde daha iyi organize oldukları açıkça görülmektedir. Ancak üniversitemize ait kurumsal asyfa ilkel bir görünüme sahiptir. Kullanılabilirliğinin de düşük olduğuna inanıyorum.”

“Ana sayfada "dergiler/e-kitaplar" düğmesinin üzerine gelindiğinde tıklanamıyor, imleç alt çizgiye kaydığında tıklanabiliyor”

“HÜ Kütüphanesi Web hizmetlerinin yetersizliği araştırmacılar için oldukça önemli bir problemdir. İlgili konuda aşama kaydetmek için çok çaba sarf edilmesi gerektiğini düşünmüyorum. Başarılı örnekler kuruma adapte edilerek problem aşılabılır. Bknz. <https://library.ucsc.edu>”

“kütüphaneler arasından kitap isteğimizi sistem üzerinden yapılmasının sağlanmasının faydalı olacağını düşünüyorum”

“Göresel yönü daha geliştirilebilir”

Kullanıcıların genelde olumsuz görüş belirtmesi bu tip fikir sorulan açık uçlu sorular için olağan karşılanabilir. Bunun yanı sıra, olumlu görüşlerin ise çoğunlukla “diğer” (web sitesi veya kütüphane hizmetleri ile ilgili geneli görüşler) kategorisinde yer alması kullanıcılara yöneltilen site ile ilgili genel görüşün sorulduğu 23. maddeye verilen olumlu yanıtlarla da benzeşmektedir (Bkz. 3.2.1. no.lu başlık, s. 35). Öte yandan, sunulan görüş ve öneriler içerisinde HÜK web sitesi tasarımının, dolaşılabilirliğinin ve site içerisinde bilginin sunum şekillerinin iyileştirilmesine yönelik fikirler de hizmet kalitesinin hangi noktalara odaklanılarak artırılabilirliği konusunda ipuçları taşımaktadır.

4. BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

Hizmet sektörü söz konusu olduğunda, sunulan hizmetlerin kullanıcı gözünden değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Kütüphaneler, her ne kadar kâr amacı gütmeyen kurumlar olsalar da, kullanıcı bağlılığını artırmak, varlıklarını giderek artan bir taleple devam ettirebilmek için kullanıcı memnuniyeti gözeterek hizmet sunmalıdırlar. Bu noktadan hareketle çalışmamızda, bir örnek olay incelemesi olarak ele aldığımız HÜK'ün web hizmet kalitesinin kullanıcı algısına göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için, ölçek olarak daha önce çok farklı amaçlarla hizmet sunan web sitelerinde denenmiş olan E-QUAL adlı web hizmet kalitesi değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Çevrimiçi bir anket aracılığı ile HÜK'ün tüm potansiyel kullanıcılarına ulaştırılmaya çalışılan bu değerlendirme aracı ile, ankete yanıt veren 250 kullanıcı üzerinden kullanıcıların kütüphane web hizmetlerine bakışı belirlenmeye çalışılmıştır. Tüm bunların başlangıç noktasını "bir üniversite kütüphanesi web sitesinin, algılanan hizmet kalitesi boyutları ne derece göz önünde bulundurularak tasarlanmış olduğunun belirlenmesi" şeklinde ortaya koyduğumuz problem oluşturmuştur. Bu sorundan hareketle yanıt aradığımız araştırma soruları ile ilgili hipotezlerimize yönelik elde edilen sonuçlar aşağıda açıklanmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre kullanıcıların hiçbirinin performans değerlendirmeleri, önem değerlendirmeleri ile çakışmamaktadır. Kullanıcıların hem önem hem de performans için olumlu yanıtlar verdikleri maddeler değerlendirildiğinde oranlar arasındaki farkın en düşük olduğu maddelerin (%5-8) "Doğru bilgi sağlar", "Saygındır", "İnandırıcı bilgi sağlar" olduğu görülmekte, bu noktada bile kullanıcıların beklentileri ve algıladıkları hizmet tam olarak örtüşmemektedir. Öte yandan beklenen ve algılanan hizmet arasındaki farkın çok daha yüksek olduğu maddelerin genelde sitenin görünüşü ve kullanılabilirliği ile ilgili olduğu görülmektedir (en yüksek fark %33: "Sitenin çekici

bir görünümü vardır”). Bu bulgulardan hareketle “*Kullanıcı bakış açısına göre HÜK web hizmetleri genel anlamda hizmet kalitesi değerlendirme boyutlarına duyarlı olarak tasarlanmamıştır*” şeklinde tanımladığımız hipotezimizin doğrulandığı söylenebilir.

Kullanıcıların, E-QUAL web hizmet kalitesi ile ilgili maddeleri ne derece önemseydiği, çalışmamız kapsamında yanıtı aranan sorulardan bir diğeridir. Bu noktada, hem 22 madde ve orijinal ölçek boyutları üzerinden yapılan değerlendirmeler, hem de faktör analizi sonucu elde edilen yeni gruplar ve bunların temsil ettiği boyutlar üzerinden gerçekleştirilen değerlendirmeler, kullanıcıların en fazla öne çıkardığı boyutun *Bilginin niteliği ve güven* olduğuna işaret etmektedir. Temel amacı bilgi hizmetleri sunmak olan bir kurumun hizmetlerinin, kullanıcıları tarafından bu şekilde değerlendirilmesi olağan karşılanabilir. Yapılan bazı çalışmalar (Soydal, 2008), normalde güven, güvenlik gibi hizmet etkileşimi çerçevesinde değerlendirilebilecek unsurların öne çıkması beklenen e-ticaret sitelerinde bile *Bilginin niteliği* boyutunun kullanıcılar tarafından daha fazla önemsendiğini göstermektedir. Buradan, web siteleri hangi amaçla tasarlanmış olursa olsun kullanıcıların bunları birer bilgi sistemi olarak değerlendirdikleri ve bu platformlardan edinecekleri bilginin içeriğine, doğruluğuna, ihtiyaçlarıyla uygunluğuna son derece dikkat ettikleri sonucuna varılabilir. Bu çerçevede, “*HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılar için hizmet kalitesi söz konusu olduğunda en önemli konu Bilginin niteliğidir*” şeklinde tanımladığımız hipotezimizin doğrulandığını söylemek mümkündür.

Kullanıcıların HÜK web sitesi söz konusu olduğunda; kurumla kolay iletişim kurma, tasarımın sitenin türüne uygunluğu, sitenin kişiselleştirilmiş izlenimi yaratması, çekici bir görünümü olması, bir topluluğa ait olma hissi uyandırması gibi en az önemseydiği konuların, orijinal ölçek boyutlarına göre çoğunlukla *Kullanılabilirlik* ve *Hizmet etkileşimi* üzerinde odaklandığı görülmektedir. Özellikle, beklentilerin en alt düzeyde karşılandığı (yani, önem ve performans yanıtları arasındaki farkın en fazla olduğu), sitenin çekici bir görünümü olması ya da uzmanlarca hazırlanmış izlenimi vermesi gibi konuların web sitesinin tasarımı ile ilgili olması, öte yandan tasarım ve kullanılabilirlik ile ilgili konuların

diğerlerine nazaran daha az önemsenmesi ilginçtir. Burada, elde edilen bulguları bir arada değerlendirmek ve kullanıcıların en önemli gördüğü konuların bilginin niteliği ile ilgili olduğu, o kadar önemli görmeseler de beklentilerinin en az karşılandığı konuların site tasarımına yönelik olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Bununla birlikte, orijinal ölçekte *Hizmet etkileşimi* şeklinde tanımlanan boyut, bu çalışmada ikiye ayrılmış, bu boyutun, kullanıcıların kendini güvende hissetme ve kişisel bilgilerinin güvenlikte olduğu algısı ile ilgili kısımları yine orijinal ölçekte tanımlanan *Bilginin niteliği* boyutu ile birleşerek *Bilginin niteliği ve güven* boyutunu; bir topluluğa ait olma hissi uyandırma, kişiselleştirilmiş izlenimi uyandırma, kurumla iletişimi kolaylaştırma gibi kullanıcının kendisini kurumla özdeşleştirmesine yönelik olarak değerlendirilebilecek maddeler ise yine orijinal ölçekte *Kullanılabilirlik* olarak tanımlanan boyut altında yer alan site tasarımına yönelik maddeler ile birleşip *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutunu oluşturmuştur. Bu çerçevede düşünüldüğünde, orijinal ölçek temel alındığında kullanıcıların en az önemsedığı maddelerin *Kullanılabilirlik* ile *Hizmet etkileşimi* boyutları altında yer aldığı, çalışmamız sonucunda elde edilen yeni boyut gruplamalarına göre ise *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu altında sınıflandığı görülmektedir. Bu bağlamda, yukarıda belirtilen hipotezin ikinci kısmını oluşturan “(HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılar için hizmet kalitesi söz konusu olduğunda) en az önemli olan konu Hizmet etkileşimidir” şeklinde ortaya koyduğumuz hipotezimizin kısmen doğrulandığını söylemek mümkündür.

Algılanan hizmet kalitesi değerlendirme çalışmalarında, hizmet söz konusu olduğunda kullanıcıların ne bekledikleri ile aldıkları hizmeti ne şekilde algıladıkları konuları bir arada değerlendirilmektedir. Bir başka deyişle, beklentinin algılanan hizmetle çakışması durumu kullanıcı bakış açısıyla nitelikli hizmet verildiğine, algılanan hizmetin beklenenden düşük olması ise kullanıcıların kurumdan aldıkları hizmetlerle ilgili memnuniyetsizliklerine işaret etmektedir. Bu bilgidен yola çıkılarak çalışmamızda, HÜK kullanıcılarının bakış açısına göre öncelikli olarak iyileştirilmesi gereken hizmetlerin neler olduğunu ortaya koymak da hedeflenmiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi,

çalışmamızdan elde edilen bulgulara göre, her ne kadar kullanıcıların hizmet kalitesi söz konusu olduğunda en çok önemsendiği konular web sitesinin tasarımı ile ilgili olmasa da, beklentilerinin en az karşılandığı boyut da yine *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu olmuştur. Öte yandan, yine önem ve performans yanıtları arasındaki farka bakıldığında beklentilerin daha az karşılandığı konular arasında *Bilginin niteliği ve güven* ile *Kullanılabilirlik* boyutlarından da maddeler yer almaktadır (“Hizmetin vadedildiği şekilde sunulacağı konusunda kendimi güvende hissederim”, “Site benim için olumlu bir deneyim yaratır”). Özellikle *Bilginin niteliği ve güven* boyutunun en fazla önemsenen boyut olmasından da yola çıkarak HÜK’ün, web sitesi aracılığı ile sunduğu içerik ve bu içeriği iletmesine olanak tanıyan arayüz tasarımı ile ilgili konulardaki kullanıcı beklentilerini daha öncelikli olarak ele alıp, bunlara uygun hizmetler sunması gerektiği sonucuna varılabilir. Bu bağlamda bakıldığında, “*HÜK web hizmetlerinden yararlanan kullanıcılara göre, öncelikle iyileştirilmesi gereken konular arasında ilk sırada web sitesinin tasarımı gelmektedir*” şeklinde tanımlanan hipotezimizin doğrulandığını söylemek mümkündür.

Çalışmamızda kullanıcıların yaşları, statüleri, çalışma alanlarının ne olduğu ve ne tür bir cihazla HÜK web hizmetlerinden yararlandıkları da sorgulanmıştır. Buna göre, kullanıcıların çoğunluğu akademik personel olmakla birlikte, 30 yaş altında olan kişilerden oluşmakta ve en fazla dizüstü ya da masaüstü bilgisayar aracılığı ile HÜK web hizmetlerinden yararlanmaktadırlar. Bu kişilerin çalışma alanlarının da Sosyal Bilimler ve Sağlık Bilimleri ağırlıklı olduğu görülmüştür. Bu profildeki kullanıcıların E-QUAL hizmet kalitesi boyutları söz konusu olduğunda yaptıkları değerlendirmelerin profil özelliklerine göre değişiklik gösterip göstermediği de çalışmamız kapsamında incelenmiştir. Buna göre, üniversitedeki statüleri (akademik, idari, öğrenci) dışında hiçbir demografik özelliğin boyutlar üzerinde etken olmadığı ortaya çıkmıştır. Yalnızca, HÜK web sitesinin performansını; *Bilginin niteliği ve güven* boyutu söz konusu olduğunda öğrencilerin idari personele kıyasla daha olumlu, *Tasarım ve özdeşleştirme* boyutu söz konusu olduğunda ise yine öğrencilerin akademik personelden daha olumlu şekilde değerlendirme yaptığı belirlenmiştir. Buradan yola çıkarak, “*HÜK kullanıcılarının yaşları ve statüleri, E-QUAL web hizmet kalitesi boyutları ile ilgili*

değerlendirmelerine etki etmektedir” şeklinde ortaya konulan hipotezimizin yaş ile ilgili kısmının yanlışlandığı, statü ile ilgili kısmının da kısmen doğrulandığı görülmektedir.

Tüm bu bulgular ışığında çalışmamız sonucunda HÜK web hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Kullanıcıların hizmet kalitesi beklentilerinde web sitesinin tasarımı, kendilerini kurum ve hizmetlerle özdeşleştirmesi gibi noktalar ön plana çıkmasa da, sunulan hizmetin performansı bu nitelikler çerçevesinde değerlendirildiğinde, düşük düzeyde olan beklentilerinin de altında kalmaktadır. Bunu önlemek için, site tasarımının yeniden değerlendirilerek üniversitenin standart olarak her birim için kullandığı şablondan vaz geçilip kütüphane hizmetlerine daha uygun bir arayüz tasarımının hayata geçirilmesi ve kullanıcının aidiyet duygusunu besleyecek şekilde daha etkileşimli hizmetler verilmesinin yolları aranabilir. Açık uçlu sorulara verilen yanıtların bazılarında da işaret edildiği gibi, “iyi örnek” sayılabilecek üniversite kütüphanelerinin web sitelerinin arayüzleri bu çerçevede örnek alınabilir. Böylece, kullanıcıların web sitesinin kullanılabilirliği ile ilgili olarak işaret ettikleri çoğu sorunun aşılması mümkün olabilir.
- Kullanıcıların en fazla ön plana çıkardığı konu, bilginin doğruluğu, uygunluğu, ihtiyaçlarıyla ilgili olması gibi, sunulan içeriğin niteliği ile ilgili maddeleri kapsamaktadır. Kullanıcıların yüksek beklenti içinde olduğu bu konularla ilgili sitenin gözden geçirilmesi, aksayan yönlerin daha nitel çalışmalarla (örneğin odak grup çalışmaları, kullanılabilirlik çalışmaları, vb.) ayrıntılı şekilde ortaya konması denenebilir. Böylece kullanıcıların önemsedikleri konularla ilgili daha nitelikli hizmetler almaları mümkün olabilir.
- Nitel çalışmalar farklı statüdeki kullanıcıların (örneğin akademik, idari ve öğrenci) hizmet beklentilerinin de daha net anlaşılmasına yarayabilir. Bu tip bir çalışmanın, neden farklı hizmet kalitesi boyutları söz konusu olduğunda öğrenci, akademik personel ve idari personelin farklı

değerlendirmeler yaptığını açıklamaya da yardımcı olacağı düşünülmektedir. Nitekim çalışmamızdaki açık uçlu soruya verilen yanıtlar da bu konuda ipuçları barındırmaktadır.

- E-QUAL gibi yerleşik kabul edilebilecek bir ölçeğin, kütüphane web hizmetlerinin kalite değerlendirmesinde orijinalinden farklı boyutlar ortaya koyması (ve bunun farklı sektörlere uygulandığında yine farklı sonuçlar verebiliyor olması), ölçeğin farklı hizmet sektörleri açısından özelleştirilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Bu bağlamda, kütüphane web hizmetlerine yönelik yeni bir “algılanan hizmet kalitesi” ölçeği geliştirilmesi düşünülebilir.

Hizmet kalitesi, kullanıcı ihtiyaçları ve algısı ile paralellik göstermekte, günümüzün bilgi kullanıcılarının ihtiyaçları da gelişen teknolojiye bağlı olarak çok hızlı değişmektedir. Ne tür bir hizmet sunulursa sunulsun, kullanıcıların gözünde kaliteli hizmet algısını oluşturabilmek için bu beklentilerin karşılanmaya çalışılması gerekmektedir. Hizmet kalitesi değerlendirme çalışmalarının yanı sıra kullanıcı beklentilerinin anlaşılmasına yönelik olarak gerçekleştirilecek ihtiyaç analizi çalışmalarının da düzenli ve sürekli olarak yapılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akbayrak, E.H. (2005). *Ortadoğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesinde Hizmet Kalitesi Ölçümü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Akgül A. (2005). *Tıbbi araştırmalarda istatistiksel analiz teknikleri SPSS uygulamaları* (3. bs.). Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.
- Akıncı, S., Atılğan, E., Aksoy, Ş. ve Büyükkupçu, A. (2009). Pazarlama literatüründe hizmet kalitesi kavramının dünü ve bugünü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 61-82.
- Aksaraylı, M. ve Saygın, Ö. (2011). Algılanan hizmet kalitesi ve lojistik regresyon analizi ile hizmet tercihinin etkisinin belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 21-37.
- Ancarani, A. (2005). Towards quality e-service in the public sector: the evolution of web sites in the local public service sector. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15, 6-23.
- Attallah, N.F. (2015). Evaluation of perceived service quality provided by tourism establishments in Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 149-160.
- Aşık, A.N. (2016). Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: termal otellerde bir araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 1161-1168.
- Aydın, K. (2005). Hizmet işletmelerinde SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesinin ölçümü ve Kocaeli'ndeki seyahat işletmelerinden Efe Tur uygulaması, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50(1), 1101-1130.

- Barnes, S. ve Vidgen, R. (2001, Ocak). *Assessing the quality of auction web sites*. 34.Sistem Bilimleri Uluslararası Konferansı'nda sunulan bildiri, Hawaii. 3-6 Ocak 2001.
- Barnes, S. ve Vidgen, R. (2002). An integrative approach to the assessment of ecommerce quality. *The Journal of Electronic Commerce Research*, 3(3), 114-127.
- Barnes, S. ve Vidgen, R. (2003a). Measuring web site quality improvements: a case study of the forum on strategic management knowledge eExchange. *Industrial Management & Data Systems*, 103(5), 297-309.
- Barnes, S. ve Vidgen, R. (2003b). Interactive e-government: evaluating the web site of the UK Inland Revenue. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 2(1), 42-63.
- Barnes, S. ve Vidgen, R. (2004). Evaluating the quality of e-business implementation with E-QUAL. Currie W. L. (Ed.) *Value creation from e-business models* (229-252) içinde. Burlington: Elsevier Limited.
- Barnes, S. ve Vidgen, R. (2005, Ocak). Data triangulation in action: using comment analysis to refine web quality metrics. Proceedings of the 13 th European Conference on Information Systems (ECIS). Institute for Management of Information Systems, 2005-01-01.
- Biermann, A., Karbach, J., Spinath, F.M. ve Brünken, R. (2015). Investigating effects of the quality of field experiences and personality on perceived teaching skills in German pre-service teachers for secondary schools. *Teaching and Teacher Education*, 51, 77-87.
- Bulgan, U. (2002). *Kütüphanecilik sektöründe hizmet kalitesinin ölçümü ve bir üniversite kütüphanesi uygulaması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.

- Bulgan, U. ve Gürdal, G. (2005, Eylül). *Hizmet Kalitesi Ölçülebilir mi? ÜNAK'05: Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması Genel Konferansında sunulan bildiri, Kadir Has Üniversitesi (Cibali Merkez Kampüsü) İstanbul.*
- Can, P. (2016). Hizmet kalitesinin SERVQUAL ölçeği ile ölçülmesi: Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesi üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 63-83.
- Cao, Y. ve Kim, K. (2015). How do customers perceive service quality in differently structured fast food restaurants? *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(1), 99-117.
- Carlson, J. ve O'Cass, A. (2010). Exploring the relationships between e-service quality, satisfaction, attitudes and behaviours in content-driven e-service web sites. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 112-117.
- Chen, L.K. ve Yang, W.N. (2015). Perceived service quality discrepancies between telecommunication service provider and customer. *Computer Standards & Interfaces*, 41, 85-97.
- Cook, C., Thompson, B., Heath, F. ve Thompson, R. (2001). LibQUAL+: service quality assessment in research libraries. *IFLA Journal*, 27(4), 264-268.
- Çakın, İ. (2000). Üniversitelerimizin bilgiye erişim sorunları ile Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi. *Bilgi Dünyası*, 1(1), 26-41.
- Çalışkan, Ö.Ö.B., Yavuz, M., ve Akça, M. (2017). Elektronik ortamda alışveriş yapan tüketicilerin algıladıkları web sitesi hizmet kalitesi ve bilişsel çelişkileri arasındaki ilişkide kurumsal itibarın rolü. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(13), 136-146.
- Çanak Akbaytürk, T. (2006). Kütüphanelerde kullanıcı memnuniyeti anketleri: Koç Üniversitesi Suna Kıraç Kütüphanesi deneyimi. A. Yıldızeli ve H.K.

Bahşıoğlu (Yay. Haz.), *ÜNAK'05 Bildiriler: Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlaması: 22-24 Eylül 2005 İstanbul* içinde (ss. 181-191). İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.

Çapraz, O. ve Polat, O. (2015). Mühendislik fakültesi öğrencilerinin bir üniversite kütüphanesi hizmetlerine ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 57-71.

Çelik, H. (2011). Alışveriş merkezlerinde hizmet kalitesi algısı ve bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 433-448.

Dalgıç, A. (2013). *Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin ölçümü ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler Antalya'da hizmet kalitesi ölçümüne yönelik bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Demirel, Y., Yoldaş, M.A. ve Divanoğlu, U.S. (2009). Algılanan hizmet kalitesinin tatmin, tavsiye davranışı ve tercih üzerine etkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 16, 1-14.

Edvardsson, B. (1998). Service quality improvement. *Managing Service Quality*, 8, 142-149.

Ersöz, S., Pınarbaşı M., Türker, A.K., ve Yüzükırmızı, M. (2009). Hizmet kalitesinin SERVQUAL metodu ile ölçümü ve sonuçların yapısal eşitlik modelleri ile analizi: Öğretmen evi uygulaması. *International Journal of Engineering Research and Development*, 1, 19-27.

Eymen, E. (2007). *SPSS 15.0 veri analiz yöntemleri (SPSS kullanma kılavuzu)*.
Erişim adresi:
http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2009/bby606/SPSS_15.0_ile_Veri_Analizi.pdf

- Filipe Sá, F., Rocha, A., Gonçaves, J., ve Pérez, C.M. (2017). Model for the quality of local government online services. *Telematics and Informatics*, 34, 413-421.
- Filiz, Z. (2011). SERVQUAL yöntemiyle yurt işletmesinde hizmet kalitesinin ölçülmesi, *International Journal of Research and Development*, 3(1), 38-49.
- Frude, N. (1987). *A Guide to SPSS*. New York: Springer.
- Güllülü, U., Uçan, U.F. ve Karabulut, T. (2015). Es-Qual kullanarak, kitap satışı yapan web-sitelerin hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bu hizmet kalitesinin algılanan değer ve sadakat niyeti üzerine etkisi: Erzincan Üniversitesi akademisyenleri üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(1), 121-141.
- Güreş N., Arslan S. ve Yalçın, R. (2013). Türk havayolu işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 173-185.
- Habzaee, K.K. ve Salehi, A.S. (2011). A perceived service quality measurement scale in Iran's retail banking market. *African Journal of Business Management*, 5(5), 1804-1810.
- Hasanov, J. ve Khalid, H. (2015). The impact of website quality on online purchase intention of organic food in Malaysia: A Webqual model approach. *Procedia Computer Science*, 72, 382-389.
- Heizer, J. ve Render, B. (2011). *Operations Management* (10th Edition). New Jersey: Pearson.
- Hensher, D.A. (2014). The relationship between bus contract costs, user perceived service quality and performance assessment. *International Journal of Sustainable Transportation*, 8, 5-27.

Hoyle, D. (2007). *Quality Management Essentials*. Butterworth-Heinemann: Jordan Hill.

Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri. (2018, 15 Nisan). Erişim adresi: <http://library.hacettepe.edu.tr/>.

Hacettepe Üniversitesi Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı (2016). 2016 mali yılı nihai performans programı. Erişim adresi: http://www.sgdb.hacettepe.edu.tr/sayfa_dosyalari/raporlar/performans_programi/2016performansprogrami.pdf, 1-176.

İlter, B. (2009). E-perakendecilikte e-hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkisi: İşletme fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 97-117.

Internet World Stats. (2018, 2 Şubat). Erişim adresi: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>.

Jomnonkwao, S. ve Ratanavaraha, V. (2016). Measurement modelling of the perceived servicequality of a sightseeing bus service: An application of hierarchical confirmatory factor analysis. *TransportPolicy*, 45, 240-252.

Kant, R. ve Jaiswal, D. (2017). The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction: An empirical study on public sector banks in India. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 411-430.

Karafakıoğlu, M. (1998). *Sağlık hizmetleri pazarlaması*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayınları.

Karahan, Ş. ve Kayabaşı, A. (2013). Kütüphane hizmetlerinde kalite ölçümü: Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 185-198.

- Keser, E. (2007). *Üniversite Kütüphanelerinde Kullanıcı Memnuniyeti Ölçümü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Kita, H. ve Kouchi, A. (2011). A Utility-Based Evaluation Method on the Perceived Quality of Traffic Service. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 16, 820-831.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing* (14th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurulgan, M. ve Bayram, F. (2006). Üniversite kütüphaneleri web sitelerinin biçim ve içerik analizi: Türkiye'deki uygulamaya ilişkin bir araştırma. *Türk Kütüphaneciliği*, 20(2), 141-17.
- Kutluoğlu, Z. (2007). *Üniversite Kütüphanelerinde Pazarlama: Başkent Üniversitesi Kütüphanesi Örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Ladan, I.M. (2011). Web services metrics: A survey and a classification, *International Conference on Network and Electronics Engineering IPCSIT*, 11, 93-98.
- Ladhari, R. ve Morales, M. (2008). Perceived service quality, perceived value and recommendation: A study among canadian public library users. *Library Management*, 29(4-5), 352-366.
- Lazibat, T., Bakovic, T. ve Duzevic, I. (2014). How perceived service quality influences students' satisfaction? Teachers' and students' perspectives, *Total Quality Management & Business Excellence*, 25(7-8), 923-934.
- Libqual +: Defining and promoting library service. (2017). Erişim adresi: https://www.libqual.org/about/about_lq/general_info.

- Loiacono, E.T., Watson, R.T. ve Goodhue, D.L. (2007). Webqual: An instrument for consumer evaluation of web sites. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(3), 51-87.
- Mittal, S., Gera, R. ve Batra, D.K. (2015). An evaluation of an integrated perspective of perceived service quality for retail banking services in India. *International Journal of Bank Marketing*, 33(3), 330-350.
- Morton, C. (2018). Appraising the market for bicycle sharing schemes: Perceived service quality, satisfaction, and behavioural intention in London. *Case Studies on Transport Policy*, 6, 102-111.
- Negash, S., Ryan, T. ve Igbaria, M. (2003). Quality and effectiveness in web-based customer support systems. *Information & Management*, 40, 757-768.
- Ozdamli, F., Cavus, N. ve Uzunboylu, H. (2007). Evaluation of university libraries. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 2(1), 9-20.
- Özgül, E. ve Devebakan, N. (2005). Üniversitelerde SERVQUAL tekniği ile algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 93-116.
- Öztemiz, S. (2013). Bilgi teknolojilerinin statü bağlamında bilgi profesyonellerine yansımaları: Ankara'da çalışan kütüphaneciler üzerine bir araştırma. *Türk Kütüphaneciliği*, 27(3), 496-514.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 170-182.

- Pai, P.Y, Chary, S.T. ve Pai, R.Y. (2018). Patient-perceived hospital service quality: An empirical assessment. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 31(1), 76-91.
- Papadomichelaki, X. ve Mentzas, G. (2011). E-GovQual: A multiple-item scale for assessing e-government service quality. *Government Information Quarterly*, 29, 98-109.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Berry, L.L. (1988). Servqual: A multiple-item scale of measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Malhotra, A., (2005). Es-qual: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Pedro, E., Mendes, L. ve Lourenço, L. (2017). Perceived service quality and students' satisfaction in higher education: The influence of teaching methods. *International Journal for Quality Research*, 12(1), 165-192.
- Peters, V.J. (1999). Total service quality management. *Managing Service Quality*, 9, 6-12.
- Polat, E., Aycan, A., Üzümlü, H. ve Polat, E. (2013). Gençlik merkezlerinde algılanan hizmet kalitesi ölçeği geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 24(1), 25-36.

- Polat, O. ve apraz, O. (2015). Mühendislik fakültesi öğrencilerinin bir üniversite kütüphanesi hizmetlerine ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 57-71.
- Rahman, M.S., Osman-Gani, A.M. ve Raman, M. (2017). Destination selection for education tourism: Service quality, destination image and perceived spirituality embedded model. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 373-392.
- Rezaei, J., Kothadiya, O., Tavasszy, L. ve Kroesen, M. (2018). Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. *Tourism Management*, 66, 85-93.
- Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233-246.
- Sevimli, S. (2006). *Hizmet Sektöründen Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Stewart, K., Hargreaves, C., Jasper, R., Challis, D., Tucker, S. ve Wilberforce, M. (2018). Provision and perceived quality of mental health services for older care home residents in England: A national survey. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 33, 364-370.
- Soydal, İ. (2008). *Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Su, L., Swanson, R.S. ve Chen, X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality, *Tourism Management*, 52, 82-95.

- Şentürk, B. (2010). *Bilgi ve Belge Merkezlerinde Stratejik Hizmet Yönetimi Modeli* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tabak, Y. (2009). *Bilgi ve Belge Merkezlerinde Hizmet Kalitesinin Artırılmasına Yönelik bir Uygulama: Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tate, M., Evermann J., Hope, B. ve Barnes, S. (2007, Ocak). Perceived service quality in a web portal: Revising the E-QUAL instrument. *Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences, (HICSS'07)(HICSS)*, Big Island, Hawaii, 1530-1605.
- Tonta, Y. ve Soydal, İ. (2010). Web bilgi sistemlerinde hizmet kalitesi. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27(2), 117-128.
- Topçu, Ş.Ö. ve Yılmaz, B. (2012). Ankara'daki halk kütüphanesi hizmet niteliğinin değerlendirilmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(1), 53-77.
- Truong, N., Nisar, T., Knox, D. ve Prabhakar, G. (2017). The influences of cleanliness and employee attributes on perceived service quality in restaurants in a developing country. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 608-627.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2017). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 24862. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=24862>.
- Türk Standartları Enstitüsü. (2016, 2 Şubat). Erişim adresi: <https://www.tse.org.tr/tsewebtr/kalite/source/kaltan.htm>
- Uyguç, N. (1998). *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

- Udo, G., Bagchi, K. K. ve Kirs, P. (2010). An assessment of customers' e-service quality perception, satisfaction and intention. *International Journal of Information Management*, 30(6), 481-492.
- Valarie, A. Ve Zeithaml, V. (2002). Service excellence in electronic channels. *Managing Service Quality: An International Journal*, 12(3), 135-139.
- Van Lith, L.M. ve diğeri (2018). Perceived quality of in-Service communication and counseling among adolescents undergoing voluntary medical male circumcision. *Clinical Infectious Diseases*, 66(3), 205-212.
- Viscusi G. (2009, Şubat). "The eGovQual Methodology: Information Systems Planning as Research Intervention," in *Proceedings of ALPIS-itAIS, Italy. Sprouts: Working Papers on Information Systems*, 9(15), 1535-6078.
- Webb, W.H. ve Webb, A.L. (2004). SiteQual: An integrated measure of Web site quality. *The Journal of Enterprise Information Management*, 17, 430-440.
- Wolfenbarger, M. ve Gilly, M.C. (2003). eTailQ: Dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing*, 79(3),183–198.
- Yapraklı, Ş. ve Yılmaz, K. (2008). İnternet bankacılığı hizmeti kullanıcılarının hizmet kalitesi algılarının tatmin ve bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisi: Akademik personel üzerinde bir uygulama. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 137-163.
- Yarmen, M. ve Sumaedi, S. (2016). Perceived service quality of youth public transport passengers. *Transport Problems*. 11(1), 99-111.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay.

- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, E. A. (2015). Algılanan hizmet kalitesi: Alışveriş merkezinde bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 36, 357-378.
- Yıldız, K. A. (2009). *Kütüphaneler İçin Değişim Yönetimi Modeli* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yıldız, K.A. (2010). Kütüphanelerde performans ölçümü: IFLA performans ölçütlerinin değerlendirilmesi. *Bilgi Dünyası*, 11(1), 155-169.
- Yıldız, O. ve Erdil, S. (2013). Yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesinin karşılaştırmalı ölçümlenmesi. *Öneri Dergisi*, 10(39), 89-100.
- Yılmaz, V., Filiz, Z. ve Yaprak, B. (2007). SERVQUAL yöntemiyle yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 299-316.
- Yoo, B. ve Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1), 1-14.
- Yoo, B. ve Donthu, N. (2001). Developing a scale to measure the perceived quality of an internet shopping site (SITEQUAL), *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 2(1), 31-47.
- Yüksek Öğretim Kurumu. (2018, 15 Nisan). Erişim adresi: <http://www.yok.gov.tr/web/guest/universitelerimiz;jsessionid=B1E5A6C47E BE2AB275FF4D8D7E63DB69>.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., ve Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.



EK 1. E-QUAL ANKETİ

E-Qual Web Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği

Sayın kullanıcı,

Bu anket, Hacettepe Üniversitesi Kütüphanelerinden yararlanan kullanıcıların kütüphanenin web sitesi aracılığı ile sunulan hizmetleri konusundaki görüşlerini belirlemek amacıyla sürdürülen akademik bir çalışmada kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Anket, E-Qual adlı hizmet kalitesi değerlendirme ölçeğinden Türkçe'ye çevrilen sorulardan oluşmaktadır. Sadece beş dakika ayırarak tamamlayabileceğiniz ankette hiçbir şekilde kimlik bilgileriniz sorgulanmamaktadır.

Ankette temel olarak E-Qual ölçeğinde yer alan 22 maddeyi iki aşamalı olarak puanlamanız beklenmektedir.

İlk aşamada, ankette yer alan her madde için Hacettepe Üniversitesi Kütüphanelerinin web sitesini değerlendirerek hizmetler ile ilgili görüşlerinizi işaretlemeniz, ikinci aşamada ise her maddede yer alan konuların sizin için genel olarak önemini belirtmeniz beklenmektedir.

Soruları yanıtlarken lütfen soruların doğru ya da yanlış cevapları olmadığını, yalnızca sizlerin beklentilerinin ortaya konulmaya çalışıldığını unutmayınız. Lütfen hiçbir soruyu boş bırakmayınız.

Ankete başlamak için lütfen "Devam" butonuna basınız.

Katkılarınız için teşekkür ederiz.

İçden Irmak BENLİ

Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

Yüksek Lisans Öğrencisi

irmakbenli@hacettepe.edu.tr

Devam

EK 1. E-QUAL ANKETİ (devamla)

E-Qual Web Hizmet Kalitesi Değerlendirme Ölçeği

70 75 80 85 90

1 - Üniversitedeki statünüz:

Öğrenci

Akademik personel

İdari personel

2 - H.Ü. Kütüphanelerini genelde ne tür bir cihaz yardımıyla kullanıyorsunuz?

Akıllı telefon

Tablet bilgisayar

Dizüstü/Masaüstü bilgisayar

3 - Çalışma/eğitim alanınız

Sağlık Bilimleri (Tıp, Hemşirelik, Diş Hekimliği, vb.)

Sosyal Bilimler (Psikoloji, Sosyoloji, Tarih, Ekonomi, Eğitim Bilimleri, Hukuk, İletişim, vb.)

Fen ve Mühendislik Bilimleri (İstatistik, Kimya, Matematik, Biyoloji, Elektrik-Elektronik, vb.)

Sanat ve İnsan Bilimleri (Dil ve Edebiyat, Felsefe, Resim, Konservatuar, vb.)

4 - Yaşınız?

Survey.com

EK 1. E-QUAL ANKETİ (devamla)

5 - Lütfen aşağıdaki maddeleri Hacettepe Üniversitesi Kütüphanelerine ait Web sitesinin ilgili maddeler için sergilediği performansa göre değerlendiriniz.

Maddeler ile ilgili açıklayıcı bilgileri veri sözlüğünde (http://www.bby.hacettepe.edu.tr/equal/equal_veri_sozlugu.pdf) bulabilirsiniz.

	Kesinlikle Kabılmıyorum	Kabılmıyorum	Kararsızım	Kabılıyorum	Tamamen kabılıyorum
Sitenin kullanımını kolay öğrenebilir buluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siteyle olan etkileşimim açık ve anlaşılır	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Siteyi kolay dolaşılabilir buluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siteyi kolay kullanılabilir buluyorum	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Sitenin çekici bir görünümü vardır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tasarım sitenin türüne uygundur	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Site uzmanlarca hazırlanmış hissi verir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site benim için olumlu bir deneyim yaratır	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Doğru bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnandırıcı bilgi sağlar	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Zamanında bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İhtiyaçlarımla ilgili bilgi sağlar	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Kolay anlaşılır bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uygun detayda bilgi sağlar	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Bilgiyi uygun bir biçimde sunar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saygındır	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
İşlemleri tamamlamak konusunda güven verir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kişisel bilgilerimin güvenliğinde olduğumu hissinin verir	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Kişiselleştirilmiş izlenimi yaratır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir topluluğa ait olma hissi uyandırır	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Kurumla iletişim kurmayı kolaylaştırır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hizmetin vadedildiği şekilde sunulacağı konusunda kendimi güvende hissedirim	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Survey.com

EK 1. E-QUAL ANKETİ (devamla)

6 - Lütfen aşağıdaki maddeleri her maddenin sizin için taşıdığı öneme göre değerlendiriniz.

Maddeler ile ilgili açıklayıcı bilgileri veri sözlüğünde (http://www.bby.hacettepe.edu.tr/equal/equal_veri_sozlugu.pdf) bulabilirsiniz.

	Hiç önemli değil	Önemli değil	Kararsızım	Önemli	Çok önemli
Sitenin kullanımını kolay öğrenilebilir buluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siteyle olan etkileşimim açık ve anlaşılır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siteyi kolay dolaşılabilir buluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siteyi kolay kullanılabilir buluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sitenin çekici bir görünümü vardır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tasarım sitenin türüne uygundur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site uzmanlarca hazırlanmış hissi verir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site benim için olumlu bir deneyim yaratır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doğru bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnandırıcı bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zamanında bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İhtiyaçlarımla ilgili bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kolay anlaşılır bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uygun detayda bilgi sağlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bilgiyi uygun bir biçimde sunar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saygındır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşlemleri tamamlamak konusunda güven verir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kişisel bilgilerimin güvenliğinde olduğumu hissinir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kişiselleştirilmiş izlenimi yaratır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir topluluğa ait olma hissi uyandırır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurumla iletişim kurmayı kolaylaştırır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hizmetin vadedildiği şekilde sunulacağı konusunda kendimi güvende hissedirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

EK 1. E-QUAL ANKETİ (devamla)

7 - Site ile ilgili genel görüşünüz?

Çok kötü

Kötü

Orta

İyi

Çok iyi

8 - Ekleme istedikleriniz?

Survey.com

Geri Kaydet

EK 2. YORUMLARIN BOYUTLARA GÖRE DAĞILIMI⁸

No	Yorumlar ⁹	BNG +	BNG -	TÖ +	TÖ -	K +	K -	Diğer +	Diğer -
1	veritabanlarına ulaşmak daha kolay olmalı. Site içi navigasyon oldukça zayıf.				✓		✓		
2	Diğer üniversitelerin kütüphane web servisleri incelendiğinde daha iyi organize oldukları açıkça görülmektedir. Ancak üniversitemize ait kurumsal asyfa ilkel bir görünüme sahiptir. Kullanılabilirliğinin de düşük olduğuna inanıyorum.				✓		✓		
3	Ben bir kitabı geciktirdiğim için yaklaşık 9 lira ceza ödemişim, ama bir arkadaşım da aynı şekilde geciktirdiğini ama 50 liraya kadar olan cezaların alınmadığını söylediklerini anlattı bana. O hiç ceza ödememiş yani. Çok büyük paralar değil ama standart bir uygulama olursa daha iyi olur diye düşünüyorum		✓						
4	Üniversitenin tek biçim tasarımı anlayışı terk edilip kütüphaneye özgü bir sayfa tasarımı çekici olabilir.				✓				
5	kütüphane kişisel hesaplarımızın kullanımını daha kolay ve zengin hale getirilmeli, kişisel bilgilerin güncellenmesi (e-mail adres değişikliği gibi) mümkün hale getirilmeli				✓		✓		
6	HÜ Kütüphanesi Web hizmetlerinin yeterliliği araştırmacılar için oldukça önemli bir problemdir. İlgili konuda aşama kaydetmek için çok çaba sarf edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Başarılı örnekler kuruma adapte edilerek problem aşılabilir. Bknz. https://library.ucsc.edu				✓				✓
7	HÜ IP adresi ile girdiğim bütün bilimsel dergilere erişebildiğim için fazla kullanmaya gerek duymadığımı belirtmeliyim. Yalnızca bazen kitaplara bakmak için girdiğim oluyor. Bilginize.	✓							
8	Genelde memnunum, hic bir sorun yasadim. En cok kullandigim katalog sayfasi, belki goze daha hos gorunebilirdi. Emegi gecen herkese tesekkur ederim				✓			✓	
9	Ana sayfada "dergiler/e-kitaplar" düğmesinin üzerine gelindiğinde tıklanmıyor, imleç alt çizgiye kaydıgında tıklanabiliyor						✓		

⁸ Tabloda kullanılan BNG; Bilginin niteliği ve güven, TÖ; Tasarım ve özdeşleştirme, K; Kullanılabilirlik boyutlarını, "Diğer"; boyutlar altında değerlendirilmeyen genel görüşleri temsil etmektedir. Kısaltmaların yanındaki + işaretli olumlu, - işaretli ise olumsuz görüşleri göstermek için kullanılmıştır.

⁹ Kullanıcı görüşleri tabloya aktarılan kendilerinin verdiği yanıtlara sadık kalmış, anlatım ya da yazım hatalarına müdahale edilmemiştir.

No	Yorumlar	BNG +	BNG -	TÖ +	TÖ -	K +	K -	Dğer +	Dğer -
10	Kolay anlaşılabilir olması						✓		
11	Çok derece güzel ve kullanışlı bir sitedir					✓			
12	KÜTÜPHANEMİZ HİZMET KONUSUNDA ÇOK İSTEKLİDİR VE GÜZEL İŞLER BAŞARILMAKTA, ÖNERİLER DİKKATE ALINMAKTADIR. TEŞEKKÜR EDERİZ. ANKET EKİBİNE DE BAŞARILAR.							✓	
13	genel olarak aldığım hizmetten memnunum; 4 yıldır kutuphaneye online ulaşıyorum. Her soruma veya sorunuma telefon veya e-posta ile zamanında yanıt aldım. Kutuphaneye tesekkurler							✓	
14	Kütüphane kaynaklarının dünya ölçğinde yeterli olduğunubiliyorum. Özellikle elektronik dergi üyeliği ve e-kitap olanakları çok güzel. Herşeyden önce yeniden düzenlenmesi gerekir. Kolay bir tarama yöntemi bulunmalı. Yani malzeme çok iyi ama erişebilirlik daha kolay olmalı. Bu arada personeli tebrik etmek isterim her soruma kısa sürede cevap bulabildim. Saygılarımla						✓		
15	Göresel yönü daha geliştirilebilir				✓				
16	Fazla kulanmadığım için fazla bilgi sahibi olmadın aynı zamanda kütüphanede denetim başarılı olmadım istediğim bilgilere ulaşamadım araştırmalarınız için sağolun örnek : hollandada kamu yönetiminde valinin görevleri bulunamadı		✓						
17	Kütüphane web sitesinde arattığım hiçbir kaynağı kütüphane raflarında bulamıyorum. Web sitesinin ve kütüphane kitaplığının en kısa sürede baştan ayağa düzenlenmesi gerektiğini düşünüyorum		✓						
18	Siteye erişmem çok kolay olmadı birkaç kez şifremin doğrulanmasında sorun yaşadım. Hatta başta şifremi bilmiyordum mail adresim, diğer Hacettepe bağlantılarımda kullandığım hiçbir şifreyle erişemedim. Ancak site tıp öğrencisi için güncel ve zengin, ücretli ulaşılabilen metinlere erişebiliyoruz.				✓			✓	
19	sitede yer alan bilgiler ile kütüphane verileri uyuşmuyor. Sitede yer alan bir kitap kütüphanede yok ya da yanlış rafta yanlış numaralı. e kitapların neredeyse yarısı açılmıyor. link açılıyor fakat kitaba ulaşmak için üyelik gerekiyor. onu da ben sağlayacaksam kütüphanemiz niye var		✓						

No	Yorumlar	BNG +	BNG -	TÖ +	TÖ -	K +	K -	Dğer +	Dğer -
20	kitap ararken makale çıkmasını. Örneğin James Joyce'un Ulysses'ini ararken karşımıza Joyce ile ilgili makale vb. çıkmasını.		✓						
21	ayrıca pubmed veya web of science gibi seçkin sitelere proxy yardımıyla giremiyoruz.		✓						
22	site çok daha kolay bir şekilde kullanılabilmeli. Lütfen Amerikan üniversitelerin sitelerini örnek alın.						✓		
23	özellikle online kaynaklara ulaşmada çok yeterli olduğunu ve araştırmalarda iyi bir literatür taraması sağladığını düşünüyorum.	✓							
24	Devlet dairesinin web versiyonu, beklentilerinizi düşük tuarsanır Türkiye şartları için kabul edilebilir.				✓				
25	Kütüphaneler arasından kitap isteğimizi sistem üzerinden yapılmasının sağlanmasının faydalı olacağını düşünüyorum.								✓
26	Dergiler ve ulaşılabilirlikleri konusunda daha fazla bilgi olmasını isterdim		✓						



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 13.07.2018

Tez Başlığı: Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi

Değerlendirmesi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphaneleri Örneği

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam ...28... sayfalık kısmına ilişkin, 13.07.2018 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 1.7' tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç
- Kaynakça hariç
- Alıntılar hariç
- Alıntılar dâhil
- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'm inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

13.07.2018

Tarih ve İmza

Adı Soyadı: İGDEM İRMAK BENLİ

Öğrenci No: 34060802250

Anabilim Dalı: BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ BÖLÜMÜ

Programı: BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ BÖLÜMÜ

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

Prof. Dr. Özcan Kütüçü
(Unvan, Ad Soyad, İmza)
İgdem Benli Vekili



HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
MASTER'S THESIS ORIGINALITY REPORT

HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
~~INFORMATION and RECORDS~~ DEPARTMENT
MANAGEMENT

Date: 13.07.2018

Thesis Title: Evaluation of Service Quality in Web Information
Systems: A Case of Hacettepe University Libraries

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 13.07.2018 for the total of 98 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled as above, the similarity index of my thesis is 1.7%.

Filtering options applied:

- Approval and Declaration sections excluded
- Bibliography/Works Cited excluded
- Quotes excluded
- Quotes included
- Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

13.07.2018

FMM

Date and Signature

Name Surname: IGDEN IZMAK BEMLI
Student No: 34060802250
Department: INFORMATION and RECORDS MANAGEMENT
Program: INFORMATION and RECORDS MANAGEMENT


ADVISOR APPROVAL

APPROVED.

Prof. Dr. Özgür Küçük
(Title, Name Surname, Signature)

Abim Baykan Vekili

EK 4. ETİK KURUL İZİNİ


T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
Genel Sekreterlik

17 Şubat 2015


Sayı : 76000869/ 433-408

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
(Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı)

İlgi: 19.01.2015 tarihli yazınız.

Enstitünüz Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden **İçden Irmak BENLİ**'nin öğretim üyesi **Doç.Dr. İrem SOYDAL**'ın danışmanlığında yürüttüğü "E-Qual Ölçeği ile Web Bilgi Hizmetleri Kalitesinin Ölçülmesi: Hacettepe Üniversitesi Örneği" konulu tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun 12 Şubat 2015 tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.


Prof.Dr. Ömer UĞUR
Rektör a.
Rektör Yardımcısı

Ek: Tutanak

Hacettepe Üniversitesi Genel Sekreterlik 06400 Sıhhiye-Ankara
Telefon: 0 (312) 305 1003 - 1004 • Faks: 0 (312) 310 5552
E-posta: yazimd@hacettepe.edu.tr • www.hacettepe.edu.tr

Ayrıntılı Bilgi için:
Yazı İşleri Müdürlüğü
0 (312) 305 1008 