

**T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KAMU SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ:  
İSTANBUL VERGİ DAİRELERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA**

**İŞLETME ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Ayşen TURAN**

**Tez Danışmanı  
Yrd. Doç.Dr. Kutalmış Emre CEYLAN**

**İstanbul – 2014**



## TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Ayşen TURAN
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesi:  
İstanbul Vergi Daireleri Üzerinde Bir Uygulama
- ENSTİTÜ** : Sosyal Bilimler Enstitüsü
- ANA BİLİM DALI** : İşletme
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans Tezi
- TEZİN TARİHİ** : 17.02.2014
- SAYFA SAYISI** : 100
- TEZ DANIŞMANI** : Yrd. Doç. Dr. Kutalmış Emre CEYLAN
- DİZİN TERİMLERİ** : Kamu Hizmetleri, Kalite, Hizmet Kalitesi
- TÜRKÇE ÖZET** : Hizmet kalitesi, tüm sunulan hizmetlerde olduğu gibi kamu hizmetlerinin de etkinliği ve niteliği açısından önemlidir. Bu araştırma, vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin kalite beklentileri ve kalite algıları sorgulanmakta, beklentilerinin ne düzeyde karşılandığı araştırılmaktadır. Ayrıca mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin memnuniyet düzeylerinin ve tanımlayıcı özelliklerinin hizmet kalite beklentisi ve algısında etkisinin olup olmadığı da sorgulanmıştır. Bu doğrultuda, kişisel bilgi formu ve Servqual hizmet kalitesi ölçeğinden oluşan anket formu; İstanbul ili Anadolu Yakası'nda bulunan altı vergi dairesinin 320 mükellefine uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 21.0 istatistik paket programı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, mükelleflerin vergi dairesinden aldıkları hizmetlerin kalitesini yüksek düzeyde algıladıkları, ancak beklentilerin daha yüksek düzeyde olmasından dolayı, beklentilerinin karşılanamadığı belirlenmiştir. Diğer taraftan mükelleflerin çoğunluğunun aldıkları

hizmetlerden memnun oldukları, ancak yüksek memnuniyete sahip mükelleflerin daha yüksek kalite beklentisi içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Mükelleflerin cinsiyet ve medeni durumlarına göre hizmet kalite algılarında farklılıkların olmadığı, diğer tanımlayıcı değişkenler açısından hizmet kalite algı

**DAĞITIM LİSTESİ**

: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne

Ayşen TURAN

T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**KAMU SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ:  
İSTANBUL VERGİ DAİRELERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA**

**İŞLETME ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Ayşen TURAN**

**Tez Danışmanı  
Yrd. Doç. Dr. Kutalmış Emre CEYLAN**

**İstanbul – 2014**

## BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Ayşen TURAN

...../...../2014

## ÖZET

Hizmet kalitesi, tüm sunulan hizmetlerde olduğu gibi kamu hizmetlerinin de etkinliği ve niteliği açısından önemlidir.

Bu araştırma, vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin kalite beklentileri ve kalite algıları sorgulanmakta, beklentilerinin ne düzeyde karşılandığı araştırılmaktadır. Ayrıca mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin memnuniyet düzeylerinin ve tanımlayıcı özelliklerinin hizmet kalite beklentisi ve algısında etkisinin olup olmadığı da sorgulanmıştır.

Bu doğrultuda, kişisel bilgi formu ve Servqual hizmet kalitesi ölçeğinden oluşan anket formu; İstanbul ili Anadolu Yakası'nda bulunan altı vergi dairesinin 320 mükellefine uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 21.0 istatistik paket programı aracılığıyla değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda, mükelleflerin vergi dairesinden aldıkları hizmetlerin kalitesini yüksek düzeyde algıladıkları, ancak beklentilerin daha yüksek düzeyde olmasından dolayı, beklentilerinin karşılanamadığı belirlenmiştir. Diğer taraftan mükelleflerin çoğunluğunun aldıkları hizmetlerden memnun oldukları, ancak yüksek memnuniyete sahip mükelleflerin daha yüksek kalite beklentisi içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Mükelleflerin cinsiyet ve medeni durumlarına göre hizmet kalite algılarında farklılıkların olmadığı, diğer tanımlayıcı değişkenler açısından hizmet kalite algı ve beklentilerinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Hizmetleri, Kalite, Hizmet Kalitesi

## **SUMMARY**

Service quality is important in qualification and efficiency of public services as in all service sector.

At this research, Tax-payer's expectation and perception in quality about service of the tax office was cross-examined and how much their expectation met was searched. Additionally, whether tax payer's satisfaction level and descriptive variations effected service quality expectation and perception, was searched.

In this way, Survey sheet including personal inquiry form and Servqual service quality scale was administered to 320 tax-payers at six tax offices in Istanbul Anatolia Site. Data obtained from survey sheets was evaluated by SPSS 21.0 Statistics.

Consequently in this research, Tax-payers perceived service quality as high level, but their expectations couldn't be met because of their higher quality of expectations. On the other hand, Majority of tax payers were contented with services of tax offices, although tax payers which were contented by the service quality had more higher quality service expectations. Tax payers didn't have significant variation in perception of service quality in relation with age and gender. It was also established that there were significant statistical variation in relation with other descriptive data in perception and expectation of service quality.

**Key Words:** Public Services, Quality, Service Quality



## İÇİNDEKİLER

	SAYFA
ÖZET.....	I
SUMMARY .....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
TABLOLAR LİSTESİ .....	V
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
GİRİŞ.....	1
<b>BİRİNCİ BÖLÜM: HİZMET VE KAMU HİZMETİ KAVRAMLARI .....</b>	<b>3</b>
1.1. HİZMETİN TANIMI .....	3
1.2. HİZMETİN TEMEL ÖZELLİKLERİ .....	4
1.2.1. Hizmetin Dokunulmazlığı .....	4
1.2.2. Hizmetin Ayrılmazlığı .....	5
1.2.3. Hizmetin Değişkenliği .....	6
1.2.4. Hizmetin Sahip Olunamaması .....	6
1.2.5. Hizmetin Dayanıksızlığı .....	7
1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI .....	7
1.3.1. Hizmet Yapısına Göre Sınıflandırma .....	8
1.3.2. Hizmetin Kişiyeye Özel Olmasına ve Hizmet İşletmesinin İnsiyatifine Göre Sınıflandırma .....	9
1.3.3. Hizmet İşletmesinin Müşterisiyle İlişkisi Türüne Göre Sınıflandırma.....	10
1.4. KAMU HİZMETİ KAVRAMI.....	11
1.5. KAMU HİZMETLERİNİN SINIFLANDIRILMASI .....	13
1.6. KAMU HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ .....	15
1.6.1. Süreklilik ve Düzenlilik .....	15
1.6.2. Nesnellik ve Eşitlik.....	15
1.6.3. Bedelsizlik .....	16
1.6.4. Değişkenlik .....	16
1.7. KAMU HİZMETLERİN TÜRLERİ .....	17
<b>İKİNCİ BÖLÜM: HİZMET KALİTESİ VE KAMU HİZMETLERİNDE KALİTE .....</b>	<b>18</b>
2.1. KALİTENİN TANIMI.....	18
2.2. HİZMET KALİTESİ TANIMI .....	19
2.3. HİZMET KALİTESİNİN YÖNETİMİ .....	21
2.4. KAMU HİZMETLERİNDE KALİTE VE BİLEŞENLERİ.....	22

2.4.1. Müşteri Memnuniyeti .....	23
2.4.2. Hizmet Kalitesi Ölçütleri.....	25
2.4.3. Üst Yönetimin Liderliği ve Çalışan Memnuniyeti .....	29
2.4.4. Üst Yönetim Liderliği ve Çalışan Memnuniyeti .....	29
2.4.5. Hizmet Kalitesinde Kritik Başarı Faktörü: Nitelikli Personel .....	30
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: KAMU SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ: İSTANBUL</b>	
<b>VERGİ DAİRELERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA.....</b>	<b>31</b>
3.1. HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ.....	31
3.2. ARAŞTIRMANIN DİZAYNI VE METODOLOJİSİ .....	34
3.2.1. Araştırma Modeli .....	34
3.2.2. Araştırmanın Hipotezleri .....	35
3.2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....	37
3.2.4. Veri Toplama Araçları .....	37
3.2.5. Verilerin Analizi.....	39
3.3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI .....	40
3.3.1. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımları .....	40
3.3.2. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan ve Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları .....	43
3.3.3. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan ve Beklenen Hizmet Kalite Düzeyleri Arasındaki Eşleştirilmiş Grup T-Testi Sonuçları .....	45
3.3.4. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesi Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ve Algılanan ve Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Memnuniyetlerine Göre Ortalamaları.....	50
3.3.5. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Tanımlayıcı Özelliklere Göre Ortalamaları .....	53
3.3.6. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Ortalamaları .....	61
<b>SONUÇ .....</b>	<b>71</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>77</b>
<b>EKLER</b>	

## TABLolar LİSTESİ

	SAYFA
<b>Tablo-1</b> Hizmetin Yapısına Göre Sınıflandırma .....	8
<b>Tablo-2</b> Hizmetin Kişiyeye Özel ve Hizmet İşletmesinin İnisyatifine Göre Sınıflandırılması .....	9
<b>Tablo-3</b> Hizmet İşletmesinin Müşterisiyle Olan İlişkisinin Türüne Göre Sınıflandırma .....	10
<b>Tablo-4</b> Güvenilirlik Katsayıları .....	39
<b>Tablo-5</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları .....	40
<b>Tablo-6</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları ..	41
<b>Tablo-7</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Yaşlarına Durumlarına Göre Dağılımları.....	41
<b>Tablo-8</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Öğrenim Durumlarına Göre Dağılımları	41
<b>Tablo-9</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Aylık Ortalama Gelir Düzeylerine Göre Dağılımları.....	42
<b>Tablo-10</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesinden Hizmet Alma Sürelerine Göre Dağılımları .....	42
<b>Tablo-11</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Hizmet Aldıkları Vergi Dairesine Göre Dağılımları.....	42
<b>Tablo-12</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları .....	43
<b>Tablo-13</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları .....	44
<b>Tablo-14</b> Fiziksel Özellikler Algısı ile Fiziksel Özellikler Beklentisi Arasındaki Fark	45
<b>Tablo-15</b> Güvenilirlik Algısı ile Güvenilirlik Beklentisi Arasındaki Fark .....	46
<b>Tablo-16</b> Heveslilik Algısı ile Heveslilik Beklentisi Arasındaki Fark.....	46
<b>Tablo-17</b> Güven Algısı ile Güven Beklentisi Arasındaki Fark .....	47
<b>Tablo-18</b> Empati Algısı ile Empati Beklentisi Arasındaki Fark.....	48
<b>Tablo-19</b> Algılanan Hizmet Kalitesi ile Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki Fark...	49
<b>Tablo-20</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesi Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerinin Dağılımları.....	50

<b>Tablo-21</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Aldığı Hizmetten Memnuniyet Düzeyine Göre Ortalamaları .....	51
<b>Tablo-22</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Aldığı Hizmetten Memnuniyet Düzeyine Göre Ortalamaları .....	52
<b>Tablo-23</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Cinsiyet Göre Ortalamaları .....	53
<b>Tablo-24</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Medeni Durumuna Göre Ortalamaları .....	54
<b>Tablo-25</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Yaş Grubuna Göre Ortalamaları .....	55
<b>Tablo -26</b> Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Öğrenim Durumuna Göre Ortalamaları .....	56
<b>Tablo-27</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Aylık Ortalama Gelir Düzeyine Göre Ortalamaları .....	57
<b>Tablo-28</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Hizmet Alma Süresine Göre Ortalamaları.....	58
<b>Tablo-29</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Hizmet Aldığı Vergi Dairesi Göre Ortalamaları .....	59
<b>Tablo -30</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Cinsiyete Göre Ortalamaları .....	61
<b>Tablo-31</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Medeni Durumuna Göre Ortalamaları.....	62
<b>Tablo- 32</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Yaş Grubuna Göre Ortalamaları.....	62
<b>Tablo-33</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Öğrenim Durumuna Göre Ortalamaları.....	63
<b>Tablo-34</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Aylık Ortalama Gelir Düzeyine Göre Ortalamaları .....	66
<b>Tablo-35</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Hizmet Alma Süresine Göre Ortalamaları.....	67
<b>Tablo-36</b> Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Hizmet Aldığı Vergi Dairesi Göre Ortalamaları .....	69
<b>Tablo-37</b> Araştırmanın Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları .....	74

## ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil-1** Araştırmanın Modeli
- Şekil -2** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları
- Şekil-3** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları
- Şekil-4** Fiziksel Özellikler Algısı ile Fiziksel Özellikler Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği
- Şekil-5** Güvenilirlik Algısı ile Güvenilirlik Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği
- Şekil-6** Heveslilik Algısı ile Heveslilik Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği
- Şekil-7** Güven Algısı ile Güven Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği
- Şekil-8** Empati Algısı ile Empati Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği
- Şekil-9** Algılanan Hizmet Kalitesi İle Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki Fark Grafiği
- Şekil-10** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesi Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerinin Dağılımları

## ÖNSÖZ

Bu çalışmamda İstanbul Anadolu yakası Kadıköy Grup Müdürlüğündeki mükelleflerin aldıkları hizmetten memnuniyetlerini ölçmek amaçlı dar bir araştırmadır. Bu çalışmamda bana yardım eden Tez danışmam hocam Yrd. Doç. Dr. Kutalmış Emre CEYLAN'a verdiği destek ve yardımlardan dolayı teşekkür ederim

Ayrıca bende desteğini ve yardımını esirgemeyen kardeşim Doç. Dr. Nurşen TURAN YURTSEVER' e, anket formalarımın dağıtımında Kadıköy Uygulama Grup Müdürü Teoman KÖSEMEN'e, Rıhtım Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi Müdürü Özgür BAŞKURT'a teşekkür ederim.

Bu çalışmamı kızım Begüm AKCEBEY'e atfetiyorum.

## GİRİŞ

Devletlerin güçlü devlet olabilmelerinin temelinde vatandaşların, ihtiyaçları olan kamu hizmetlerini, etkin ve nitelikli bir şekilde karşılayabilmeleri yatmaktadır. Etkili ve nitelikli kamu hizmetleri ise ancak hizmet kalitesi ile sağlanabilir. Bu nedenle kamu hizmetleri sunan kurumların verdiği hizmetlerin kaliteleri sorgulanmalı ve gereken müdahaleler ve düzenlemeler yapılarak sunulan hizmetlerin kalitesi yükseltilmelidir.

Günümüzde çok hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler müşteri beklentilerine doğrudan yansımaktadır. Her geçen gün müşterilerin beklentileri artmaktadır. Bu beklentiler, kamu hizmetlerine de yansımaktadır. Artık kamu hizmetlerinin müşterisi konumunda bulunan vatandaşlar, kamu kurumlarından daha kaliteli ve daha etkin hizmetleri daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesini talep etmektedirler. Bu beklentileri karşılamak için kamuda hızlı bir dönüşümün yaşandığı da gözlenmektedir. Özellikle e-devlet uygulamaları ile vatandaşların almak istedikleri hizmetleri, kamu kurumuna gitmeden yapabilmelerine yönelik sürekli gelişmeler sağlanmaktadır. Diğer taraftan bilişim teknolojilerinden üst düzeyde faydalanılarak, vatandaşlara daha hızlı hizmet vermeye çalışılmaktadır.

Hizmet kalitesi çok boyutlu bir kavram olup, müşterilerin kaliteyi değerlendirmeleri, aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet ve algıladıkları kalite ile doğrudan ilişkili iken, bazı yaş, cinsiyet vb. gibi tanımlayıcı özellikler açısından farklılık gösterebileceği düşünülmektedir.

Bu araştırmada temel kamu kurumlarından olan vergi daireleri mükelleflerinin aldıkları hizmetlerin kalitesine ilişkin algıları ve beklentileri sorgulanmaktadır. Diğer taraftan aldıkları hizmetlere ilişkin memnuniyet ve bazı tanımlayıcı özelliklerinin hizmet kalite algı ve beklentilerindeki etkiler de incelenmektedir.

Bu doğrultuda araştırma üç ana bölüm halinde kurgulanmıştır. Araştırmanın birinci bölümü “Hizmet ve Kamu Hizmetleri Kavramları” başlığında olup, bu bölümde öncelikle hizmet kavramı tanımlanarak, özelliklerinden ve sınıflandırmalarından bahsedilmiştir. Ardından kamu hizmetleri tanımlanarak, sınıflandırmaları, özellikleri ve türlerine yer verilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümü “Hizmet Kalitesi ve Kamu Hizmetlerinde Kalite” başlığındadır. Bu bölümde kalite ve hizmet kalitesi kavramları tanımlanmış, hizmet kalitesi yönetiminden bahsedilerek, kamu hizmetlerinde kalite ve bileşenleri açıklanmıştır.

Araştırmanın üçüncü ve son bölümü “Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesi: İstanbul Vergi Daireleri Üzerinde Bir Uygulama” başlığındadır. Bu bölümde öncelikle

İstanbul ili Anadolu Yakası'nda bulunan vergi dairelerinden hizmet alan mükellefler üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın hipotezlerinin geliştirilmesinden bahsedilmiş, ardından araştırmanın metodolojisi açıklanarak, ulaşılan bulgular, tablolar ve grafikler aracılığıyla yorumlanarak sunulmuştur.

Araştırma İstanbul ili Anadolu Yakası'nda bulunan ve araştırmaya katılan 320 mükellef ile sınırlıdır. Vergi daireleri üzerinde hizmet kalitesini belirlemeye yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olması, araştırmayı çekici kılmıştır. Ancak araştırma yapılan vergi daireleri mükellefleri ve 320 kişiyle sınırlı olduğu için araştırma sonuçlarından genelleme yapılmasının doğru olmayacağı, ancak vergi dairelerinin hizmet kalitesine ilişkin fikir verici olacağı düşünülmüştür.



## BİRİNCİ BÖLÜM: HİZMET VE KAMU HİZMETİ KAVRAMLARI

### 1.1. HİZMETİN TANIMI

Son yüzyılda teknolojinin hızla gelişim göstermesi ülkeleri yeni arayışlara ve tercihlere sürüklemiştir. Sanayinin toplumsal yapıya hızla egemen olması insanı bir kenara itmiş, bu gelişmeler neticesinde insanı merkez alan yönetim şekillerini dönüştürmüştür. Kalifiye, bilgili insan en değerli araçlardan biri haline gelmiş ve bilgiyi, zamanı doğru kullanan ufka sahip insanların toplumu ileriye götüreceği kanısı herkes tarafından kabul edilmeye başlanmıştır. Bu yeni anlayış, var olan yapının bütün parçalarının, değerlerinin, kurumlarının yeniden gözden geçirilmesini revize edilmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu gelişmeler ile hizmet sektörü de büyümüş ve bu gelişim ve büyümü önümüzdeki süreçte de devam edeceği ön görülmektedir. Hizmet sektöründe ki bu gelişim hizmet sektörüne olan ilgiyi artırmıştır. Buna rağmen hizmet sektörünün yapısı itibari ile günümüzde tam olarak hizmetin tanımının ve boyutlarının belirlenmesi kesinlik kazanmış bir konu değildir<sup>1</sup>. Günümüzde hemen hemen tüm kurumların meydana gelme hedeflerinden biri "hizmet vermek; halka, tüketiciye hizmet etmek" biçiminde ifade etmektedirler. Hizmetin tarih boyunca nasıl algılandığına ve tanımlara ilişkin geçmişten günümüze yapılan açıklamalara aşağıda Tablo 1-1'de verilmektedir<sup>2</sup>.

Hizmet, İktisat Terimleri sözlüğünde, "gereksinimleri karşılama ve üretildiği anda tüketilme özelliklerine sahip her türlü etkinlik olarak" tanımlanmaktadır<sup>3</sup>. Amerikan Pazarlama Birliği'ne göre hizmetler; "soyut (en azından geniş ölçüde), üreticiden kullanıcıya direkt olarak mübadele edilen, taşınmayan, depolanamayan ve hemen hemen derhal bozulabilir nitelikte olan mallar" olarak ifade edilmektedir<sup>4</sup>.

Karahan ise hizmeti, "insan ve makineler tarafından insan gayretiyle üretilen, tüketicilere doğrudan fayda sağlayan ve fiziksel olmayan ürünler" olarak tanımlamıştır<sup>5</sup>.

Hizmetler, "temel olarak dokunulmayan ve herhangi bir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan, üretilmesi fiziksel bir ürüne bağlı olan ya da olmayan, bir faaliyet

<sup>1</sup> Selman Meydan Uygur, *Turizm Pazarlaması*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s.37.

<sup>2</sup> Sevgi Ayşe, Öztürk *Hizmet Pazarlaması*, 4. Basım, Ekin Kitabevi, İstanbul, 2003, s.3.

<sup>3</sup> Zeynep Filiz vd., "Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2010, Cilt: 10, Sayı:3, s.61.

<sup>4</sup> Anıl Değermen, *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati, Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakatının Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama*, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 2006, s.2.

<sup>5</sup> Karahan Kasım, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul, 2000, s.27.

ve/veya yarar şeklinde” tanımlanmaktadır<sup>6</sup>. Bir tanımda da hizmet, elle tutulmayan, bir kuruluşun veya bir kişinin başka birine sunduğu aktivite veya yarar olup, sonuçta hiçbir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan bir olguyu ifade ettiği belirtilir. Hizmet tüketici/müşteri ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen, ihtiyaçlarımızı tatmin eden, maddi olmayan, elle tutulamayan ve elle tutulmadıkları için mal diyemeyeceğimiz, üretildiği anda doğrudan alıcıya değer aktaran, tüketici/müşteri ihtiyaçlarını karşılayan soyut bir şeydir<sup>7</sup>.

Christian Grönroos’e göre “hizmet mutlaka olmasa da doğal olarak az ya da çok dokunulmaz bir yapısı olan, müşteri ve hizmet personeli veya hizmeti sağlayanın fiziksel kaynakları veya malları veya sistemleri arasındaki etkileşim anında oluşan ve müşteri problemlerine çözüm olarak sağlanan bir faaliyet yâda faaliyet dizisidir”<sup>8</sup>.

## 1.2. HİZMETİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Hizmetin temel özellikleri; dokunulmazlığı, ayrılmazlığı, değişkenliği, sahip olunamaması ve dayanıksızlığı olmak üzere beş başlık altında incelenmektedir.

### 1.2.1. Hizmetin Dokunulmazlığı

Dokunulmazlık Kavramının İki Anlamı Bulunmaktadır; Dokunulmaz ve hissedilmez olma, Kolayca tanımlanamama, formüle edilememe ve zihinsel olarak kolay algılanamama olarak tanımlanabilir.

Temelde malların hizmetlerden farklı olduğunu anlamak çok kolaydır. Çünkü mallar dokunulabilir ve görülebilir fakat hizmetler beş duyuyla algılanmadığında; ne dokunulabilir ne de görülebilir sadece tecrübe edilir ve bu tecrübeler başkalarıyla paylaşılabilir. Hizmet satın alırken tam olarak ne aldığınızı bilmezsiniz. Ayrıca hizmeti satın aldıktan sonra sahiplik durumu söz konusu olamamaktadır. Bir arabayı satın almadan önce deneme sürücü yapılabilir, satın alındığında araba alıcının ismine kayıtlı hale gelebilir; fakat hizmetlerde böyle bir durum söz konusu olamaz. Bir otelde konaklamayı ya da bir restoranda yemeği satın almadan önce denemek mümkün değildir. Arabayı satın alındığında araba eve götürülür fakat bir restoranda

<sup>6</sup> Gürçan Papatya vd., “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Hasta Memnuniyeti: İki Özel Hastanede Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2012, Cilt: 2, Sayı: 1, s.88.

<sup>7</sup> Adrian Palmer, **Principles of Services Marketing**, MCGrow H:11 Book Company, Bershire, 1994, s.91; Akt: Taşkın Ercan ve Büyük, Köksal, “Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite (Kütahya’daki Özel Dershane Öğrencileri ile ilgili Bir Saha Araştırması”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2002, Sayı: 7, s.204.

<sup>8</sup> Öztürk, a.g.e., s.4.

yemek yendiğinde sadece tecrübeyle (yemeğin lezzeti, servis personelinin tutumu, atmosfer) eve dönülür<sup>9</sup>.

### 1.2.2. Hizmetin Ayrılmazlığı

Hizmetlerin bütünlük ilkesi üretildikleri ve tüketildikleri zamanın bir olmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin bir ürünün üretilmesi ve satılması için aynı zaman dilimi gerekliliği şartı aranmaz iken hizmetlerde hizmetin sunumu ve tüketimi eş zamanlıdır. Ayrıca burada hizmetin üretiminde müşteri üretimin bir parçası olması, hizmet sunanlara müşteri deneyimi adına önemli bir artı sağlayabilmektedir. Ancak üretim ve tüketim esnasında hizmetlerin ayrılmazlığı ilkesi, bir hizmetin birden çok pazarda sunulmasını kısıtlamakta ve ayrıca bir işletme tarafından sunulan hizmetlerin hacmini kısıtlamaktadır<sup>10</sup>. “Malların üretiminde, üretim ve tüketim sürecinin birbirinden ayrı olması nedeniyle işletme ile müşteri ancak malın satın alınması sırasında karşı karşıya gelmektedirler. Üretim genellikle müşteri tarafından görülmemektedir. Hizmetler ise üretildiği anda tüketilmektedirler, hizmetin üretimi ile satışı eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir”<sup>11</sup>. Son olarak hizmet üretiminde, üretim ve tüketimin aynı zamanda oluşu, hizmetlerin istenilen yer ve zamanda istenilen özellikte sunumunu zorlaştırmaktadır. Hizmetin eş zamanlı yani ayrılmaz oluşu şu durumlara neden olmaktadır<sup>12</sup>:

- Hizmeti tüketen taraf hizmetin üretildiği süreçte yer almakta ve bu süreci fiziksel olarak yaşamaktadır.
- Hizmetler eş zamanlı üretildiğinden dolayı hizmetin stoklanarak başka bir an kullanılması olanaksızdır.
- Hizmetler sürekli olarak üretilemediğinden dolayı, hizmetin talebinde olan dalgalanmaların yönetilmesi zordur.
- Hizmet talebinin üretilen hizmetten fazla olması neticesinde, mevcut hizmet arzı talebi karşılamakta yetersiz kalırken, talebin üretilen hizmetten düşük olması neticesinde üretilen hizmet arzı atıl olarak kalabilir.
- Hizmetlerin bir merkezden belirli bir biçimde kitlesel olarak üretilmesi zordur.
- Hizmeti sunanlar ile hizmeti talep edenler arasındaki iletişim zorunludur.

<sup>9</sup> Zeliha Eser, *Hizmetlerde Pazarlama İletişimi*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2007, s.4-5.

<sup>10</sup> Nihan Özgüven, “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Ege Akademik Bakış*, 2008, Cilt: 8, Sayı: 2, s.658.

<sup>11</sup> Ferhat Sayım, Volkan Aydın, “Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistemik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri ile Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2011, Sayı: 29, s.246.

<sup>12</sup> Süleyman Barutçu, *Hizmette Kalite ve Toplam Hizmet Kalitesi Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008, s.106.

### 1.2.3. Hizmetin Değişkenliği

Ne bir hizmet işletmesinin, ne de bireysel olarak hizmet veren kişilerin verdikleri hizmetleri standartlaşma olanakları yoktur. Sunulan hizmetlerin her biri diğerinden farklıdır. Bu da hizmetin değişken bir özelliğe sahip olması anlamına gelmektedir. Hizmetin değişken olmasının nedeni, hizmet kalitesinin nerede, ne zaman ve nasıl sunulduğuna ve özellikle onu sunan kişiye bağlıdır. Benzer hizmetleri veren farklı kişilerin hizmet çıktılarındaki değişkenlik bir yana, aynı insan bile farklı zamanlarda farklı kalitede hizmet sunabilmektedir. Çoğu zaman müşterilere karşı kibar ve sakin olan bir kişi, bazen sinirli ve kaba olabilmektedir. Bu durum, kişinin moral durumu, iş yoğunluğu, müşterinin hizmetle ilgili olarak işbirliği yapma derecesi ve kişilik özellikleri gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Tüm bu faktörler oldukça değişken olduğundan, makineden farklı olarak insanların tutum ve davranışları tutarlı olmamakta ve önceden tahmin edilememektedir<sup>13</sup>.

İnsan unsurunun üretime katılma düzeyi hizmet üretiminin standardizasyon düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. İnsan unsurunun üretime katılma düzeyi arttıkça hizmetin sunumundaki değişkenlik düzeyi de artmaktadır. İnsan unsuru, bir hizmetin üretimine makine ve teçhizat diğer bir ifade ile teknik donanıma nazaran daha yoğun olarak katılmakta ise, homojenliği yakalamak güçleşir<sup>14</sup>. Bu yüzden hizmetlerde standardizasyonun sağlanması çok güçtür. Standardizasyon sağlanamaması da işletmeler açısından önemli ölçüde kalite kontrol sorununa neden olmaktadır. Hizmeti satın almadan önce kalitesi hakkında bir tahminde bulunmak zordur. Örneğin bir tiyatro ya da konser bileti alan kişi nasıl bir gösteri olacağını ve verdiği paraya değer vermeyeceğini önceden bilemez<sup>15</sup>.

### 1.2.4. Hizmetin Sahip Olunamaması

Hizmetlerde sahiplik anlayışı, hizmetlerin dokunabilir ve depolanabilir özelliklerinin olmamasıyla ilişkilidir. Bir mal satın alındığında genellikle o malı alan kişi malın sahibi olur; fakat bir hizmet sunulduğunda satıcıdan alıcıya hiçbir şekilde sahiplik transfer edilemez. Hizmeti alan kişi sadece hizmet sürecinden faydalanma hakkını elde eder<sup>16</sup>. Örneğin üniversitede ders veren bir hocanın verdiği eğitim hizmetinde sahiplik hakkı değil faydalanma ve kullanma hakkı elde etmiş oluruz.

<sup>13</sup> Değermen, a.g.e., s.10

<sup>14</sup> Şevkinaz Gümüsoğlu vd., *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007, s.21.

<sup>15</sup> Naci Utku Yumuşak, *Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s.15 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).*

<sup>16</sup> Eser, a.g.e., s. 16.

Hizmeti kullananlar da, hizmetin sahipliğini devredemezler. Bu yüzden kullanıcılar hizmeti satın alırken ve kullanırken hizmet üreticisine daha çok bağımlıdırlar. Pazarlama uygulamalarında bu özellik bir avantaj olarak kullanılmalıdır. Sahip olmanın avantajlarını pazarlama programlarında vurgulamak gerekir. Daha kolay ödeme biçimleri geliştirmek olanaklıdır ve bu tüketicilere aktarılmalıdır. Belirtilen ve açıklanan hizmet özellikleri, hizmet pazarlaması alanına giren sorunların çözümünde, hizmet pazarlaması birikim ve anlayışından yararlanmayı gerekli kılmaktadır<sup>17</sup>.

### 1.2.5. Hizmetin Dayanıksızlığı

Dayanıksızlık “hizmetlerin stoklanamaması, saklanamaması, iade edilmemesi ve yeniden satılamaması anlamına” gelmektedir<sup>18</sup>.

Hizmetler dayanıksızdır. Hizmetin dayanıksız olması, onun daha sonra satılmak veya kullanılmak üzere saklanamayacağı anlamına geldiğinden, planlanan zamanda kullanılmayan hizmet, hizmet üreticisi için kayıp bir gelir anlamına gelmektedir. Hizmetlerin fiziksel bir yapıları olmadığından belirli bir süre yaşama şansları da yoktur. Hizmetler, performans olarak nitelendirildiğinden stoklanması ve sayımının yapılması olanaksızdır. Örneğin, bir önceki gün boş kalmış otel odaları, sefere çıkmış bir uçaktaki boş koltuklar, zamanında satılmayan sinema biletleri, hastanın gelememesi nedeniyle kullanılmayan doktor randevusu için yapılabilecek ir şey yoktur.

Belirli bir zaman diliminde verilecekken verilmemiş hizmetleri dondurup ya da stoklayıp gelecekte vermek üzere saklamak mümkün değildir<sup>19</sup>.

### 1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI

Hizmetlerin sınıflandırılmaları için çeşitli denemeler yapılmış ve buna bağlı olarak sınıflandırma yapılmıştır. Christopher Lovelock, yapılan tüm sınıflama yöntemlerini kapsayan bir sınıflama yöntemi geliştirmiştir. Lovelock tarafından öne sürülen bu yöntemde hizmetler, 3 farklı sınıfa ayrılmaktadır:

- 1- Hizmet yapısına göre,
- 2- Hizmetin kişiye özel olması ve hizmet işletmesinin inisiyatifine göre,
- 3- Hizmet İşletmesinin Müşterisiyle İlişkisi Türüne Göre Sınıflandırma.

<sup>17</sup> Yavuz Odabaşı, **Sağlık Hizmetleri Pazarlaması**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2002, s.19.

<sup>18</sup> A.Hamdi İslamoğlu vd., **Hizmet Pazarlaması**, Beta Basım, İstanbul, 2006, s.20.

<sup>19</sup> Öztürk, a.g.e., s.2003.

### 1.3.1. Hizmet Yapısına Göre Sınıflandırma

Hizmetler maddi ya da maddi olmama, kimlere ya da nelere yöneltildiğine göre de sınıflandırılmaktadır. Tablo 2.'de hizmetin yapısına göre sınıflandırma şekli görülmektedir.

**Tablo-1** Hizmetin Yapısına Göre Sınıflandırma<sup>20</sup>

Hizmetin yapısı	Hizmeti Doğrudan Elde Eden Kim ya da Ne	
	İnsan	Nesne(Eşya)
<b>Dokunulabilir Hareketler</b>	<b>1. İnsanların Vücuduna Yöneltilen Hizmetler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sağlık</li><li>• Güzellik Salonları</li><li>• Restoran</li><li>• Yolcu Taşıma</li><li>• Saç Kesimi</li><li>• Spor Salonları</li></ul>	<b>2. Mal ya da Diğer Fiziksel Nesnelere Yöneltilen Hizmetler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mal Taşıma</li><li>• Kuru Temizleme</li><li>• Kapıcılık Hizmetleri</li><li>• Veterinerlik</li><li>• Endüstriyel makine bakımı, tamiri</li><li>• Peyzaj Mimarlığı</li></ul>
<b>Dokunulmaz Hareketler</b>	<b>3. İnsanların Zihinlerine Yöneltilen Hizmetler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Eğitim</li><li>• Tiyatro</li><li>• Müze</li><li>• Yayımcılık</li><li>• Enformasyon hizmetleri</li></ul>	<b>4. Dokunulmayan Aktiflere Yöneltilen Hizmetler</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bankacılık</li><li>• Sigortacılık</li><li>• Muhasebecilik</li><li>• Hukuki hizmetler</li></ul>

Bu tür sınıflandırma hizmet pazarlayıcısının aşağıdaki soruları yanıtlamasında yardımcı olacaktır<sup>21</sup>;

1. Tüketici fiziksel olarak bulunmak zorunda mıdır?

a) Hizmetin sunumu esnasında

b) Hizmetin başlatılması esnasında (örneğin araba tamiri için arabayı servise getirmek ve bittiğinde gelip, almak gerekir).

c) Hizmet esnasında hiç bulunmasa da olabilir (hizmeti sunanla telefon ya da mektupla ilişki kurulabilir)

2. Hizmetin sunulması esnasında müşterinin zihinsel olarak bulunması gerekli midir?

<sup>20</sup> Christopher H. Lovelock, "Classifying Services To Gain Strategic Marketing Insights", Ed.By Mark Gabbott And Hogg, The Dryden Press, **Contemporary Services Marketing Management**, 1997, s.21.

<sup>21</sup> Öztürk, a.g.e., s.27.

Eğer hizmetin sunumu esnasında tüketicinin fiziksel mevcudiyeti gerekiyorsa tüketicinin buna zaman ayırması gerekmektedir. Ayrıca bu fiziksel mevcudiyet hizmet sunumunu, mekan ve zamanlamayı da etkileyecektir. Müşterinin bulunmadığı hizmetlerde ise sadece işin teknik süreci önem kazanmaktadır. Örneğin para çekmek için bankaya giden müşteri ile banka ATM'sini kullanan müşteriye verilen hizmetler ve geri dönüşler birbirinden oldukça farklıdır<sup>22</sup>.

### 1.3.2. Hizmetin Kişiyeye Özel Olmasına ve Hizmet İşletmesinin İnsiyatifine Göre Sınıflandırma

Hizmetlerin yaratılması ve tüketilmesi aynı anda gerçekleştiği ve tüketici hizmet sürecine fiilen katıldığı için, hizmetleri tüketicinin ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde düzenleme olanağı fazladır<sup>23</sup>. Tablo 3.'de hizmet işletmelerinin insiyatifine göre hizmetlerin sınıflandırma şekli görülmektedir.

**Tablo-2** Hizmetin Kişiyeye Özel ve Hizmet İşletmesinin İnsiyatifine Göre Sınıflandırılması<sup>24</sup>

Hizmeti sunan kişinin hizmetin özelliklerini belirlemedeki inisiyatifi	Yüksek	Düşük
Yüksek	Hukuki Hizmetler Mimari Tasarım Taksi Hizmeti Güzellik, Bakım Özel Eğitim Sağlık Hizmetleri	Kitle Eğitimi Koruyucu Sağlık Programları
Düşük	Telefon hizmetleri Otel hizmetleri Kaliteli restoranlar Mevduat Bankacılığı	Kamu Taşıyıcılığı Sinema-Tiyatro Ayakta Yenen Restoranlar

Tablo 3'e bakıldığında bazı hizmetlerin tamamen standartlaştırıldığı görülmektedir. Örnek olarak; kamu taşımacılığında hizmetin esnekliği ve hizmeti sunanın insiyatifi çok düşüktür.

<sup>22</sup> Pelin Çelik, Gsm Operatörlerinin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: KTÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon 2012, s.10. **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**

<sup>23</sup> Özgür Günal, Sağlık Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Süleyman Demirel Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi Örneği, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde, 2009, s.13 **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**,

<sup>24</sup> Christopher H. Lovelock, **Service Marketing, Third Edition , Prentice Hall, Upper Saddle River:** New Jersey, 1996, s.42.

“Bazı hizmetler ise tüketiciye çok geniş seçenekler sunar. Örneğin, bir telefon aboneliği sahibi olduğu telefon numarası ile istediği kimseyle dünyanın diğer ucunda bile olsa görüşme yapabilir. Bu durumda tüketiciyle ilişkide bulunan hizmet personelinin inisiyatif azdır, fakat hizmetin niteliği esnekliğe izin vermektedir”<sup>25</sup>.

### 1.3.3. Hizmet İşletmesinin Müşterisiyle İlişkisi Türüne Göre Sınıflandırma

Hizmetlerin sınıflandırılmasında kullanılan kriterlerden birisi olan hizmet işletmesi ile müşteri arasındaki ilişki türüne göre; sürekli üyelik ilişkisi ile yürütülen, sürekli biçimsel bir ilişki olmadan, üyelikle aralıklı yararlanılan ve biçimsel bir ilişki olmaksızın aralıklı hizmetten yararlanan hizmetler olmak üzere gruplandırılmaktadır<sup>26</sup>. Tablo 4.'de hizmet işletmesinin müşterisiyle ilişki türüne göre sınıflandırılması gösterilmiştir

**Tablo-3** Hizmet İşletmesinin Müşterisiyle Olan İlişkisinin Türüne Göre Sınıflandırma<sup>27</sup>

Hizmet Sunumunun Yapısı	Üyelik İlişkisi Var	Biçimsel Olmayan Bir İlişki Var
Hizmetin sürekli oluşu	Sigorta Bankacılık Telefon Aboneliği	Karayolu Radyo İstasyonu
Hizmetin aralıklı oluşu	Bir Tiyatroya Abone Olma Otobüs Pasoları	Araba kiralama Restoran Tiyatro ve Sinema Kamu Taşımacılığı Posta Hizmetleri

Bu tür bir sınıflandırma hizmet pazarlayanlar açısından çok faydalıdır. Üyelik ilişkisinin hizmet işletmesi açısından avantajı, işletmenin müşterilerinin kimler olduğunu ve hizmetten nasıl yararlandıklarını bilebilmesidir<sup>28</sup>.

Hizmet personelinin müşteri ile ilişki düzeyine göre hizmet sunum sistemi şekil alır. Lovelock'a göre müşterinin deneyiminin ve hizmetle olan ilişkisinin daha iyi anlaşılmasını sağlayan bu düzey üçe ayrılabilir<sup>29</sup>:

- İlişki düzeyi “yüksek” olan hizmetler
- İlişki düzeyi “orta” olan hizmetler

<sup>25</sup> Öztürk, a.g.e., s.31.

<sup>26</sup> Selma Meydan Uygur, **Turizm Pazarlaması**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007, s.48.

<sup>27</sup> Lovelock Christopher H. **Service Marketing**, Third Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River: New Jersey, 1996, s.40.

<sup>28</sup> Öztürk, a.g.e., s.29.

<sup>29</sup> Lovelock Christopher H. **Service Marketing**, Third Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River: New Jersey, 1996, s.50.



- İlişki düzeyi “düşük” olan hizmetler

İlişki düzeyi yüksek olan hizmetleri almak amacıyla müşteri hizmet işletmesine bizzat gitmekte ve hizmet işletmesi ve onun personeli ile aktif bir ilişki içine girmektedir. Bu hizmetlere bakımevleri, kuaförler, lüks lokantalar, özel okullar, dershaneler, havayolu ulaşımı gibi hizmetler örnek verilebilir.

İlişki düzeyi orta olan hizmetlerde, müşteri hizmet işletmesi ile daha alt seviyede ilişki kurar. Müşteri hizmeti, hizmet işletmesine giderek, evinde ve işyerinde alır. Ancak hizmet personeli ile ilişki orta seviyededir. Söz konusu olan ilişki; problemi yüzyüze anlatmak, bir eşyayı bırakmak, faturayı ödemek gibi durumlar içindir. Bu hizmet türüne perakende bankacılık, kuru temizleme, süpermarket hizmeti, fast-food hizmeti örnek verilebilir.

Müşteri ile hizmeti sağlayan kişi arasında hiçbir fiziksel ilişkinin olmadığı durumlar da söz konusudur. İşlemler elektronik veya fiziksel dağıtım kanalları ile yapılır. Örneğin; posta hizmetleri, elektronik bankacılık, kablolu TV, sigorta hizmetleri.

#### 1.4. KAMU HİZMETİ KAVRAMI

Kamu hizmeti sözü, Fransızca “service public” kelimesinden dilimize geçmiş ve önceleri “hidematı amme” ve “amme hizmeti” kavramları ile kullanılmıştır. Günümüzde ise, amme hizmeti ile birlikte umumi hizmet hala kullanılsa da, “kamu hizmeti” tanımı daha çok kullanılır olmuştur. Dilimizde “hizmet” kelimesi iş, yardım, görev, bakım gibi anlamların yanı sıra, “teşkilât” anlamında da kullanılmaktadır. Bu nedenle, bir hukuk terimi olarak kamu hizmeti, kamusal görev ve kamusal teşkilatı içine almaktadır<sup>30</sup>.

Kamu hizmetin tanımlanmasına ilişkin literatürde birbirine benzeyen ve bazı yönleri ile farklılaşan, farklı tanımlara rastlamak mümkündür. Aşağıda bu tanımlardan bazılarına yer verilmektedir.

Kamu hizmeti genel olarak “öğretide bir kamu kurumunun ya kendisi tarafından ya da yakın gözetimi altında, özel girişim eliyle kamuya sağlanan hizmetler” olarak tanımlanmaktadır<sup>31</sup>.

Çal (2009) daha geniş bir tanımlama yaparak kamu hizmetlerini, “devletin veya diğer kamu tüzel kişilerinin toplumun, halkın veya umumun ya da toplulukların genel ortak ihtiyaçlarını gereği gibi karşılamak amacıyla ele alıp doğrudan doğruya

<sup>30</sup> Süheyp Derbil, “Kamu Hizmeti Nedir?”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1950, Cilt: 7, Sayı: 3, s.29

<sup>31</sup> Behiye Günel, *Kamu Yönetimi Nedir?, Genç Hukukçular Hukuk Okumaları Birlikleri 2*, Editör: Muharrem Balcı, Yıldızlar Matbaacılık, İstanbul, 2006, s.5.

ifa ettiği, ya da buyruğu ve sorumluluğu altında başkalarına yaptırdığı her türlü faaliyetler” olarak tanımlamıştır<sup>32</sup>.

Diğer bir tanımda ise “kamu hizmeti, bir kamu kurumunun ya kendisi tarafından ya da yakın gözetimi altındaki bir özel girişim eliyle kamuya sağlanan hizmetlerdir. Bir hizmetin kamu hizmeti sayılabilmesi için en az iki koşulun gerçekleşmesi gerekir. Bunlardan biri, hizmetin kamuya yöneltilmiş ve kamuya yararlı olması; diğeri de hizmetin kamu kuruluşlarınca ya da ilgili kamu kuruluşunun sıkı denetimi altında özel hukuk kişilerince yürütülmesidir”<sup>33</sup>.

Kamu hizmeti kavramı, “sosyal devlet uygulamalarıyla birlikte geniş bir anlam kazanmıştır. Kamu hizmeti kavramı, sınırları esnek, genişlemeye ve daraltmaya açık bir kavramdır. Ancak, bir hizmetin kamu hizmeti olarak benimsenmesi yasama organının yetkisindedir. Devletin eylem alanı zamana ve yere göre değişir. Bu alan, sosyal devlete oldukça geniştir”<sup>34</sup>.

Kamu hizmeti “kimi zaman kamu kuruluşları anlamında kim zaman da faaliyet, iş, uğraş” anlamında kullanılmıştır. Zaman zaman da belli bir usulü, hukuki rejimi ifade etmek için kullanılmıştır”<sup>35</sup>.

**“Organik açıdan kamu hizmeti,** belli bir görevi yürütmek üzere kamu tüzel kişisi tarafından tahsis edilmiş bulunan ajan ve vasıtaların bütünü olarak tanımlanmıştır.

**Maddi açıdan kamu hizmeti,** bu faaliyetin niteliğine bakılarak tanımlanmaktadır. Buna göre kamu hizmeti, giderilmesinde kamu yararı olan toplumsal bir ihtiyacı karşılayan faaliyettir.

**Şekli açıdan kamu hizmeti** ise belli bir usulü, hukuki rejimi ifade etmektedir. Buna göre bir faaliyetin kamu hizmeti sayılabilmesi için kamu hizmetleri hukuki rejimine, yani kamusal yönetim usullerine tabi tutulmuş olması gerekir. Ancak bu yaklaşım da diğerleri gibi gevşemeye ve çözülmeye doğru yol almıştır”<sup>36</sup>.

Emini ve Şengül, kamu hizmetlerini toplumun talep ve beklentilerini karşılamaya yönelik, kamu yararını gerçekleştirmek için sunulan hizmetler olarak tanımlamışlardır. Bu hizmetlerin kimler tarafından ne şekilde gerçekleşeceğini ise ülkelerin tercihlerine göre şekilleneceğini bildirmektedirler. Bu doğrultuda Türkiye’de

<sup>32</sup> Sedat Sedat, *Kamu Hizmeti Kavramı Üzerine Kimi Düşünceler*, Prof. Dr. Hüseyin Hatemi’ye Armağan, İstanbul, Vedat Yayıncılık,2009, s.28

<sup>33</sup> Ömer Bozkurt, (edt.), *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE) Yayını, Ankara, 1998, s.128; Akt: Fulya Akyıldız, *Sosyal Devlet Tarihe Gömülürken “Kamu Yararı” ve “Sosyal Hizmet” Kavramlarını Yeniden Düşünmek*, Küreselleşme Karşısında Kamu Yönetimi ve Hizmeti, Kahramanmaraş, 2010, s.47.

<sup>34</sup> Nevzat Boztaş, “Yerel Yönetimlerde Yapısal Uyarılama: Çevre, Su ve Katı Atık”, *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 1998, Cilt: 7, Sayı: 1, s. 31.

<sup>35</sup> İlhami Söyler, “Yükseköğretimin Finansmanı: Yeni Beklentiler ve Hedefler Işığında Normatif Bir Yaklaşım”, *Sayıştay Dergisi*, 2009, Sayı: 72, s. 4.

<sup>36</sup> Metin Günday, *İdare Hukuku*, Genişletilmiş 8. Baskı, İmaj Yayınevi, 2003, s.282.

kamu hizmetlerinin kiminin doğrudan devlet tarafından, kiminin ise devlet dışındaki diğer kamu tüzel kişilerde gerçekleştirildiğini açıklamıştır<sup>37</sup>.

Kamu hizmetleri, birey temelli değil, toplum temellidir. Bu nedenle belediyelerin hizmetlerinin kalitesi, vatandaşların hizmetlerle ilgili deneyimlerinin toplamıdır, denilebilir<sup>38</sup>.

Kamu hizmetlerinin tanımlanmasında “kamu yararı” ve “kamu ihtiyaçları” kavramları vurgulanmakta olup, kamu hizmetlerinin devlet eliyle veya devletin yetkilendirdiği kişilerce yürütüleceği belirtilmektedir. Bu doğrultuda kamu hizmetlerinin alanı piyasadan çok farklı bir alanı kapsamaktadır. Bu kapsamlı faaliyetlerinin tamamı merkezi yönetimce yerine getirilemeyeceğinden dolayı, yerel ölçekteki görevler yerel yönetimlere verilmiştir<sup>39</sup>.

Kamu hizmeti kavramı, “her dönem devletin iktisadi politikasıyla içerik değiştirmektedir. Özellikle kamu hizmetinin organik unsuru günümüzde en fazla değişime uğramış olan unsurdur. Zira kamu hizmeti artık sadece idare tarafından değil, idarenin görevlendirmesiyle özel kişiler tarafından da yerine getirilebilmektedir”<sup>40</sup>.

Yapılan tanımlar ve açıklamalardan anlaşıldığı üzere, kamu hizmeti devlet veya devletin organları tarafından vatandaşların toplumsal ihtiyaçlarını (çevre düzeni, çöplerin toplanması, su vb. ihtiyaçlar) karşılamaya yönelik yapılan hizmetler olduğu söylenebilir.

## 1.5. KAMU HİZMETLERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Kamu hizmetlerinin sınıflandırılması; idarî kamu hizmetleri, iktisadî kamu hizmetleri, sosyal kamu hizmetleri ve bilimsel, teknik ve kültürel kamu hizmetleri olmak üzere dört şekilde incelenmektedir.

**İdarî Kamu Hizmetleri:** Devletin varlık nedenini meydana getiren, geçmişten bugüne kadar geleneksel olarak yürüttüğü hizmetlere idarî kamu hizmetleri adı verilmektedir. Örneğin; insanları güvenliği, sağlığı ya da eğitimi için yapılan hizmetler buna örnek verilebilir. “İdari kamu hizmetleri esas itibarıyla kamu hukuku kurallarına

<sup>37</sup> Filiz Tufan Emni ve Şengül Ramazan, “Değişen Kamu Hizmeti Anlayışı Karşısında Belediyelerin Hizmet Etkinliği Algılamalarına Yönelik Bir Alan Araştırması, Kamu Yönetimi Forumu (KAYFOR) VII”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi*, 8-9-10 Ekim 2009, s.1.

<sup>38</sup> Doh C. Shin, “The Quality of Municipal Service: Concept, Measure and Results”, *Social Indicators Research*, 1977, Vol:4, s.211; Akt: Betül Gürel ve Çağlar Özel, “Kamu Çalışanlarının Büyükşehir Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Ankara Örneği”, *Hacettepe Hukuk Fak. Dergisi*, 2013, Cilt: 3, Sayı: 1, s.68.

<sup>39</sup> Nilüfer Negiz, “İki Farklı Dönem İki Farklı Yönetim: Kentsel Hizmetler Düzleminde Kullanıcı Memnuniyeti: 2004 ve 2009 Yılları Isparta Belediyesi Örneği”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2012, Sayı: 27, s.172-173.

<sup>40</sup> Güher Ulu, “Türkiye’de Kamu Hizmeti ve İmtiyazın Dönüşüm Öyküsü”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2008, Cilt: 57, Sayı: 4, s.405.

tabidirler. Bu hizmetlerin yetkileri, usulleri, personeli, mal ve paraları kamu hukuku rejimine tabidir. Ancak istisnai olarak bu hizmetler için özel hukuk usullerine de başvurulabilir. Örneğin bu hizmetler için gerekli araç-gereç temininde özel hukuk sözleşmeleri yapılabilir<sup>41</sup>.

**İktisadî Kamu Hizmetleri:** İktisadi kamu hizmetleri “devletin ekonomik yaşama el atması ve ekonomiyi düzenleme gereğinin bir sonucu olarak ortaya çıkan, idare edilenlerin ve toplumun ekonomik gereksinimlerini, özel hukuk kurallarına göre karşılayan kamu hizmetleri” olarak tanımlanabilmektedir. İktisadî kamu hizmetleri “bireylerin ve toplulukların mali güçlerinin demiryolu, gaz, elektrik, telefon, gibi bireylerin ve toplulukların yetersizliği nedeniyle yürütemedikleri iktisadi ve sınai nitelikteki faaliyetlerden oluşmaktaydı”. Bu hizmetleri yürüten kurumlara da “iktisadî kamu kurumları” adı verilmiştir. Bu kuruluşlar Osmanlı Devleti idaresinde de görülmekle birlikte, ayrı tüzelkişiliğe Cumhuriyet döneminde özellikle de 1930’lı yıllarda sahip olabilmişlerdir<sup>42</sup>.

**Sosyal Kamu Hizmetleri:** Geçmişten buna faaliyet gösteren fakirlere, emeklilere yardımı içeren, ayrıca sosyal devlet anlayışının gelişmesi ile çeşitlenmiş olan çalışma ve sosyal güvenliğe ilişkin hizmetlere verilen addır.<sup>43</sup> Sosyal kamu hizmetleri, iktisadi kamu hizmetlerinden ayıran özellik ise kamu yararının amacını daha belirgin olarak ele alınmasıdır<sup>44</sup>.

**Bilimsel, Teknik ve Kültürel Kamu Hizmetleri:** Bilimsel teknik ve kültürel kamu hizmetleri, “idarenin yakın zamanlarda genellikle özel faaliyete konu olan bilimsel ve teknik araştırmalara, müzik, resim, tiyatro, bale gibi sanat ve kültür hareketlerine el atması sonucu ortaya çıkmış olan kamu hizmetleri” şeklinde tanımlanabilir<sup>45</sup>.

Bu faaliyetlerin, idari kamu hizmetlerinin örgüt biçimleri, işleyiş yöntemleri, görev ve yetki kuralları ve usulleri ile bağdaşmaması dolayısıyla kamu hukukunun katı kalpları içerisinde yürütülememesi, bunların özerk kuruluşlar, bağımsız personel, serbest usuller ve geniş maddi imkânlar çerçevesinde yürütülmesini

---

<sup>41</sup> Kıymet Gazan, Bir Kamu Kuruluşu Olarak Belediyelerde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Kütahya Belediyesi Örneği, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2010, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, s.25-26.

<sup>42</sup> Bayram Keskin, Kamu Hizmetinin Görülmesine İlişkin Sözleşmeler ve Bu Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Tahkim Yoluyla Çözümü, Ankara Üniversitesi Sosyal, Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006, s.39 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**,

<sup>43</sup> Günday, a.g.e., s.292.

<sup>44</sup> Gazan, a.g.e., s.26.

<sup>45</sup> Günday, a.g.e., s.292.

kabulü zorunlu kılmıştır. Bu nedenle söz konusu faaliyetler için kamusal ve özel yönetim biçimlerinin özgün karması sayılabilecek bir hukuki rejim benimsenmiştir<sup>46</sup>.

## 1.6. KAMU HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ

Kamu hizmetlerinin özellikleri, süreklilik ve düzenlilik, nesnellik ve eşitlik, bedelsizlik ve değişkenlik olmak üzere dört başlıkta incelenmektedir.

### 1.6.1. Süreklilik ve Düzenlilik

Kamu hizmetleri, doyum sağlamasıyla toplumsal faydalar veren, doyum sağlanmadığında ise toplum bireyleri telafi edemeyecekleri zorluklar yaşatan hizmetleri karşılamaya yönelik olmalıdır. Bundan ötürü hemen hemen tüm kamu kurum ve kuruluşları bu hedefi yerine getirmek üzerine kurulmuşlardır. Bu durumun doğal ve zorunlu bir sonucu olarak kamu hizmetlerinde devamlılık esastır. Zira; insanların eğitimi, güvenliği, sağlığı ve ulaşımı gibi toplumsal gereksinimler süreklilik göstermektedirler. Bu hizmetler bir dönemi değil, yaşamın devam ettiği sürecin tamamını kapsar. Buna göre de süreklilik ilkesi kamu hizmetlerinin, “toplumsal ihtiyaçların sürekliliğine koşut olarak yerine getirilmesini” ifade etmektedir. Kamu ihtiyaçlarının toplum hayatında sürekliliğinin kaybolması durumunda ağır hasarlar ortaya çıkacaktır. Süreklilik ilkesi aynı zamanda “düzenlilik” kavramını da içermektedir<sup>47</sup>. Kamu hizmetinin yürütülmesi ile giderilecek olan gereksinimin, kendisini her an hissettirdiğinde yürütülmesidir. Örneğin; hastaneler günün her saatinde tatil günleri de dâhil olmak üzere açıktır fakat okullar ve kütüphaneler tatil günlerinde kapalıdır<sup>48</sup>.

### 1.6.2. Nesnellik ve Eşitlik

Nesnellik ilkesi, “Anayasal gelişme sürecinde pek çok ulusal-uluslararası belgede ifade edilen, idare, kamu hizmetlerini icra ederken nesnel ve tarafsız olmak zorundadır. Çünkü kamu hizmetleri toplumun tüm bireylerinin ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla yürütülmektedir”<sup>49</sup>.

Kamu hizmetinin yürütülmesinde uyulması gereken temel ilkelerden birisi de eşitlik (yansızlık) ilkesidir. Kamu hizmetlerinde “eşitlik ilkesi”, kanun önünde eşitlik ilkesinin bir uzantısıdır<sup>50</sup>.

<sup>46</sup> Lutfi Duran, İdare Hukuku Ders Notları, Fakülteler Matbaası, İstanbul, 1982, s.322; Akt: Atıf Kır, Kamu Hizmetinin Görülme Usullerinden Ruhsat Usulü Ve Elektrik Piyasası Örneği, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kırıkkale, 2010, s.58 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

<sup>47</sup> Kesgin, a.g.e., s.20.

<sup>48</sup> Günday, a.g.e., s.300.

<sup>49</sup> Keskin, a.g.e., s.24.

<sup>50</sup> Kır, a.g.e., s.31.

Eşitlik ilkesinin bir görünümü olan ve kamu hizmetlerinin, görevlilerin ve kullanıcıların kanaatlerine göre yürütülmemesi anlamına gelen yansızlık kimi yazarlarca ayrı bir ilke olarak ele alınmakla birlikte Anayasa'da dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri unsurların kamu hizmetinin görülmesinde ayırım temeli yapılamayacak olmasının yansızlığı ifade etmekte olması karşısında, yansızlığın eşitlik ilkesi içinde değerlendirilmesi gereken (diğer bir ifadeyle eşitlik ilkesi karşısında özerkliği olmayan) bir kavram olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır<sup>51</sup>.

### 1.6.3. Bedelsizlik

Bedelsizlik Arapça'da karşılıksız anlamına gelen ve günümüzde çok konuşan ve tartışılan kamu hizmeti özelliğidir. Bu ilkeye göre kamu hizmetleri karşılıksız olarak bedelsiz yerine getirilir. Diğer taraftan vatandaşlardan alınan vergiler kamu hizmetlerinin finansmanında kullanıldığı için karşılıksız veya bedelsiz yerine "parasız" kelimesinin kullanılmasının daha doğru olacağı belirtilmektedir. Devletin sunduğu hizmetlerin sınırlı olduğu zamanlarda bazı kamu hizmetleri parasız olarak gerçekleştirilmiştir. Günümüzde de bazı kamu hizmetleri karşılığında vatandaşlardan para alınmamaktadır<sup>52</sup>. Bedelsizlik ilkesine örnek olarak karayolları ve ilköğretim verilmektedir. Karayollarından her vatandaş faydalanabildiği gibi, ilköğretim de devlet okullarında parasız olarak sunulmaktadır. Günümüzde kamunun üstlendiği hizmetlerin artması, bu doğrultuda hizmeti kullananların da çoğalmasından dolayı, parasız olarak verilen hizmetlerin yükünün, o hizmetten hiç faydalanmayan vatandaşların üstlenmesini önlemek için, bazı hizmetlerden faydalananların ödeme güçleri de dikkate alınarak, katılım payları alınmaktadır. Ancak kamunun sunduğu hizmetlerden bir maddi kazanç sağlayacağı düşünülmemeyeceği gibi, hizmetlerden faydalananlardan alınan paralarla da verilen hizmetlerin maliyetlerinin karşılanacağı da düşünülemez.<sup>53</sup>

### 1.6.4. Değişkenlik

Bu ilkeye "uyum ilkesi" de denilmektedir. Değişebilirlik ilkesine göre; kamu hizmetleri toplumsal ihtiyaçlardaki ve kamu yararı ilkesindeki değişmelere ayak uydurabilmelidir<sup>54</sup>.

<sup>51</sup> Karahanoğulları Onur, *Kamu Hizmeti*, 2. Basım, Ankara, 2004, s.205.

<sup>52</sup> Sadık Çanyurt, *Kamu Medya Hizmeti: Bbc & Trt Karşılaştırması*, T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara, 2011, (**Uzmanlık Tezi**), s.21.

<sup>53</sup> Günday, a.g.e., s.302.

<sup>54</sup> Kemal Gözler, *Anayasa Hukukunun Genel Esaslarına Giriş*, Ekin Basım Yayın, Bursa, 2008, s.206.

Kamu hizmetlerinin sürekliliği zaman açısından değil de gereksinimlerin sağlanmasındaki süreklilik açısından ele alındığında; vatandaşların gereksinimlerinin sürekli olarak gelişme göstermesi, bu doğrultuda kamu hizmetlerinin de değişiklik göstereceği kabul edilmelidir. Aslında genel olarak değişiklik gösteren kamu hizmetlerinin varlık nedeni olan kamusal gereksinim değil, bu gereksinimlerin giderilme biçimidir. Bundan dolayı “değişkenlik” ilkesi kamu hizmetlerinin zaman içerisindeki seyrine tarihsel gelişimini vurgu yapmaktadır<sup>55</sup>..

## 1.7. KAMU HİZMETLERİN TÜRLERİ

Kamu hizmetlerin türleri; tekelli-tekelsiz kamu hizmeti, milli-mahalli kamu hizmeti ve doğrudan-dolaylı kamu hizmetle olmak üzere üç şekilde incelenmektedir.

**Tekelli-Tekelsiz Kamu Hizmeti:** Öğretide bu ayrım kamu hizmetlerinin konularını oluşturan faaliyetin özel kesime de açık tutulmasına veya özel kesime tamamen yasaklanmasına göre yapılmaktadır. Bu çerçevede kamu hizmetinin konusunu teşkil eden faaliyet özel kesime tamamen yasaklanmışsa tekelli kamu hizmeti söz konusu olur. Diğer taraftan, kamu hizmetinin konusunu oluşturan faaliyet özel kesime de açık ise diğer bir ifadeyle bahse konu faaliyeti idare dışında özel kesim de yürütebiliyorsa tekelsiz kamu hizmeti mevzu bahis olur<sup>56</sup>.

**Milli-Mahalli Kamu Hizmeti:** Kamu hizmetleri yürütüldükleri alana göre, milli kamu hizmetleri ve mahalli kamu hizmetleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Tüm ülke düzeyinde icra edilen kamu hizmetleri milli kamu hizmeti; belirli bir yörede icra edilen kamu hizmetleri mahalli kamu hizmeti olarak adlandırılmaktadır<sup>57</sup>. Anayasanın 127. maddesine göre mahalli (yerel yönetimler), halkın ortak ve yerel gereksinimlerini karşılamak üzere kurulmuş kamu tüzel kişileridir.

**Doğrudan-Dolaylı Kamu Hizmetle:** Kamu hizmetleri bireylerin yararlanma biçimlerine göre Doğrudan doğruya bireysel yararlanma sağlayan kamu hizmetleri ve dolaylı yararlanma sağlayan kamu hizmetleri şeklinde ikiye ayrılır<sup>58</sup>. Bireyler; öğretim, hastane, su, gaz, elektrik, posta gibi kamu hizmetlerinden ayrı ayrı ilişki kurmak suretiyle ve doğrudan doğruya yararlanırlarken, bayındırlık ve aydınlatma hizmetleri gibi kamu hizmetlerinden ise kamu kuruluşları ile bağ kurmadan birlikte ve dolaylı olarak yararlanmaktadırlar<sup>59</sup>.

<sup>55</sup> Bahtiyar Akyılmaz, *İdare Hukuku*, Sayram Yayınları, Konya, 2004, s.332.

<sup>56</sup> Günay, a.g.e., s.289-290.

<sup>57</sup> Günay, a.g.e., s.301.

<sup>58</sup> Keskin, a.g.e., s.37.

<sup>59</sup> Kır, a.g.e., s.50.

## İKİNCİ BÖLÜM: HİZMET KALİTESİ VE KAMU HİZMETLERİNDE KALİTE

### 2.1. KALİTENİN TANIMI

Kalite kavramı, Latince Qualites “nasıl oluştuğu” anlamına gelen “qualis” kelimesinin kökeninden türetilmiştir. Kalite “genel olarak günlük konuşmalarda üstünlüğü ve iyiliği diğer bir deyişle kaliteye konu olan ürün ve hizmetin iyi niteliklerinin olduğunu belirtir”<sup>60</sup>. Sözlükte de kalite “yüksek derece iyi” veya “mükemmellik” olarak tanımlanmakta, iyi kalite, mükemmelliğin ön şartı olarak algılanmaktadır<sup>61</sup>.

Kalite kavramının çok boyutlu olması ve dolayısıyla kalitenin sağlanmasının basit bir ayıklamanın dışında, işletmelerin örgüt içi süreçleriyle beraber etkileşim içerisinde bulunduğu dışsal süreçleri de kapsamı, kalitenin bütünsel olarak ele alınması gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Kalite ile ilgili net bir tanım bulunmamaktadır.. Ancak farklı bakış açılarına göre pek çok tanımlanmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır<sup>62</sup>:

Müşteriyi temel alan yaklaşım açısından kalite, müşteri ihtiyaçlarını karşılama yeteneğidir. Diğer bir ifade ile satın alınan ürünün müşteri ihtiyacını karşılama düzeyidir. Müşterinin seçimleriyle ve kullanımıyla aldığı ürünün uygunluğudur. Ürünü temel alan yaklaşım açısından kalite, alınan ürünün içerik olarak nicel olarak ödenen bedeli karşılmasıdır. Üretimi temel alan tanıma göre, kalite müşterinin isteklerine uygunluktur. Değeri temel alan yaklaşım bakımından kalite, maliyetine göre mükemmellik düzeyidir.

Kalite kavramı genel anlamda günlük konuşmalarda iyiliği ve üstünlüğü diğer bir ifadeyle kaliteye konu olan hizmet ve ürünlerin iyi niteliklerinin olduğunu ifade eder. Kalite kavramı soyut bir kavram olmasından ötürü, müşterilerin algılama oranlarına bağlı olarak değişiklikler göstermektedir. Bu bakımdan kalite, kişisel değerleri içermektedir. Bu anlamda nesnel değerlendirmeler sonucu oluşan kalite kavramı ülkeden ülkeye, yaşam şekli, zevkler, toplumsal değerler, gelenek ve görenekler, eğitim sistemi, ülkedeki normlar gibi birçok faktörün etkisinde çok farklı bir yapıya sahiptir<sup>63</sup>.

<sup>60</sup> Muhittin Şimşek, *Toplam Kalite Yönetimi*, 5. Basım. Alfa Yayıncılık, İstanbul, 2007, s.5.

<sup>61</sup> Muhsin Halis, *Toplam Kalite Yönetimi*, 2. Baskı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya, 2008, s.3.

<sup>62</sup> Nurullah Genç, *Yönetim ve Organizasyon*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2008, s.207.

<sup>63</sup> Şimşek, a.g.e., s.5.



## 2.2. HİZMET KALİTESİ TANIMI

Kalite kavramının başlangıçta sadece maddi ürünler için düşünülmüş bir kavram olduğu doğrudur. Bununla, genellikle söz konusu gereç'in teknik, yani ölçülebilir ve objektif olarak tanımlanabilir özelliklerinin toplamı anlatılır. Literatürde maddesi olmayan ürünlerle ilgili kalite kavramı tanımına hemen hemen hiç rastlanmaz.<sup>64</sup> Hizmet sektöründe kalite; "müşterinin ihtiyaç ve beklentilerine uygunluk, sürekli başarı, sunulan hizmetin eksiksiz ve hatasız gerçekleştirilmesi, ölçülebilen ve değerlendirilebilen müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı bir unsur olarak kabul edilmektedir"<sup>65</sup>.

Hizmetler için kalite; müşteri ile hizmeti sunanlar arasında etkileşimin gerçekleştiği hizmetin sunumu sürecinde değerlendirilmektedir. Sunulan hizmetin kalitesinden müşterilerin tatmini, hizmet algıları ile hizmet beklentilerinin karşılaştırılmasıdır. Beklentilerin aşılması durumunda, hizmetin kalitesi yüksek olarak algılanmakta iken beklentilerin karşılanamaması durumunda, hizmet kalitesi kabul edilemez olarak değerlendirilmektedir. Eğer beklentiler, algılanan hizmet ile karşılanırsa, hizmet kalitesi tatmin edici olarak görülmektedir.<sup>66</sup>

Hizmet kalitesi kavramı, "genellikle müşterilerin aldıkları hizmeti değerlendirmeleri temelinde" tanımlanmaktadır. Bu tanımdan üzerine Grönroos hizmet kalitesini, "müşterinin aldığı hizmete ilişkin algısını, beklentileri ile karşılaştırdığı bir değerlendirme sürecinin çıktısı" olarak tanımlamıştır<sup>67</sup>.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin geliştirmiş olduğu modele göre hizmet kalitesini, "müşterilerin hizmetten beklentileri ile algılarının karşılaştırılması esasına dayanır. Beklenen hizmet, algılanan hizmetten fazla ise, algılanan kalitenin tatmin düzeyi düşük olacaktır. Beklenen hizmet algılanan hizmete eşit olduğunda ise algılanan kalite tatmin edici olacaktır. Beklenen hizmet algılanan hizmetten düşük olursa algılanan kalitenin tatmin ediciliği fazla olacaktır. Bu da ideal kalite olmasını sağlar"<sup>68</sup>.

Hizmetlerin somut özelliklerinin ve kanıtlarının olmaması, yani hizmetlerin soyut olmasından dolayı, sunulan hizmeti ve hizmetin kalitesini müşterilerin nasıl değerlendirdikleri ve algıladıkları anlamak oldukça zor olmaktadır.

<sup>64</sup> Saime Oral ve Hilmi Yüksel, *Hizmet İşletmeleri Yönetimi*, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 2006, s.193.

<sup>65</sup> Güven Murat ve Nermin Çelik, "Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 6, 2007, s.2.

<sup>66</sup> Oral ve Yüksel, a.g.e., s.23.

<sup>67</sup> Göksel Ataman, Nihal Kartaltepe Behram ve Sedat Eşgi, "İş Amaçlı Havayolu Pazarında Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Türk Hava Yolları "Business Class" Yolcuları Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 2011, Sayı: 26, s.74-75.

<sup>68</sup> A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml ve Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol: 49, 1985, s.48-49.

Hizmet kalitesi, verilen hizmetlerin, müşterilerin beklentisini ne derecede karşıladığının bir ölçüsü olarak tanımlanmaktadır.<sup>69</sup>

Hizmet kalitesi, müşteri beklentileri ile sunulan hizmet performansının karşılaştırılması sonucu ölçülebilir. Hizmet kalitesi, verilen hizmet seviyesinin müşteri beklentileri ile ne kadar karşılanabildiğinin bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet, müşteri beklentilerine uygun hizmet anlamı taşımaktadır. Hizmet kalitesinin yeterliliği aşağıdaki sorular cevaplandırılarak ölçülebilir<sup>70</sup>.

1. Hizmet sektöründe çalışan işletme yöneticileri neleri hizmet kalitesinin temel özellikleri olarak kabul ediyorlar?
2. Yüksek kalitedeki hizmet üretimindeki sorunlar ve yapılması gereken işlemler
3. Tüketiciler tarafından kabul edilen hizmet kalitesinin temel özellikleri nelerdir?
4. Hizmeti pazarlayanlar ile tüketiciler arasında hizmeti algılama bakımından farklılıklar var mı?
5. Üretici ve tüketicinin algılama şekillerine göre oluşan hizmet kalitesi genel bir çerçevede uzlaşarak birleştirilebilir mi?

Ayrıca hizmet kalitesinin yeterliliği konusunda hizmetle ilgili olarak müşterinin memnunluk ve memnunsuzluk nedenleri, ideal bir hizmetin tanımı, hizmet kalitesinin anlamı, hizmet kalitesinin değerlendirilmesindeki önemli faktörler, hizmetle ilgili performans beklentileri ve hizmet bedeli, hizmet kalitesini belirleyici olmaktadır.

Hizmet kalitesinin öneminin her geçen gün daha iyi anlaşıldığı kaliteyi önemsemeyen kuruluşlar yoğun rekabet ortamında zor duruma düşeceklerdir. Sunulan hizmetler itibarıyla daha tatmin edici ve beklentilere uygun sunumlar gerçekleştirmek kadar, problemleri ve hizmetlerle ilgili şikayetleri ortadan kaldırmaya dönük düzenlemelerde de kaliteye özen gösteren kurumların başarı şansı daha çok olacaktır. Çünkü, hizmet kullanıcıları olarak insanlar herhangi bir problemle karşılaşmadıklarında değil, problemlerine çözüm sunulmasındaki kaliteden daha çok hoşnut kalmaktadırlar. Bir başka ifadeyle, normal zamanlarda insanlara sunulan kalite daha hassas olarak kabul edilmektedir<sup>71</sup>.

---

<sup>69</sup> Resul Usta ve Salih Memiş, "Hizmet Kalitesi Ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatmininin Aracılık Etkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 2009, Cilt: 23, Sayı: 4: 90.

<sup>70</sup> Mahmut Tekin, *Toplam Kalite Yönetimi*, Günay Ofset, Konya, 2011, s.28-30.

<sup>71</sup> Eyüp Zengin ve Ayhan Erdal, "Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi", *Journal of Qafqaz University*, Cilt: 3, Sayı: 1, 2000, s.50.

### 2.3. HİZMET KALİTESİNİN YÖNETİMİ

Rekabetin yaşandığı günümüz koşullarında, müşteriler alternatiflerden haberdar oldukları için sunulan hizmet ile ilgili çok fazla beklentileri ve talepleri olmaktadır. Aldıkları hizmet ile ilgili beklentileri yüksek olan müşteriler hizmetin verilişi sırasında oluşabilecek hatalara karşı ise fazla bir tolerans göstermemektedirler. Beklentileri yüksek olan ve hataya karşı toleranslı olmayan müşterilere hizmet vermek ve onları işletmeye bağlamak oldukça zor bir iştir. Bundan dolayı şirketler sundukları hizmetin kalitesini sürekli olarak geliştirmeli, söz verdikleri hizmet performansını sürekli, doğru ve güvenilir bir şekilde sunmalı ve en önemlisi şirketin hizmeti ilk seferde doğru olarak vermesi gerekmektedir.

Hizmetlerin soyut özelliklerinden dolayı, müşterilerin hizmet veren şirketin performansını hizmeti almadan önce değerlendirebilmeleri oldukça güçtür. Bundan dolayı hizmeti verenlerin doğru sözlü, inandırıcı ve güvenilir olmaları müşterilerin hizmet alacakları şirketleri seçerken önemli rol oynamaktadır. Hizmeti veren şirketin veya kişinin güvenilir, inandırıcı, doğru sözlü ve dürüst olması, müşteri çıkarlarını gözetmesi vb. unsurlar müşterilerin hizmete karşı güvenlerini artırmaktadır. Sunulan hizmetlerin risk içermemesi, tehlikeli ya da şüpheli olmaması müşteri tercihlerini etkilemektedir.<sup>72</sup>.

Hizmet kalitesinin yönetiminde yönetim, çalışanlar ve müşteriler olmak üzere üç grup rol almaktadır<sup>73</sup>:

**Yönetim:** Yönetim seviyesi şu şekildedir; kaliteyi gerektiren pazar ihtiyaçlarının ve gereksinimlerinin ve çalışanlar arasında kalite seviyesinin ve performansını içsel algılanmasını analizlerini başlatılması. Kalite özeleştirilmesine karar verebilmek ve hedeflenen performansın içsel pazarlamasını iyileştirilebilmesi için gerekmektedir. Dış pazarlama programları bu seviyede planlanmıştır ve kalite kontrol ölçümleri yapılmıştır.

**Çalışanlar:** Çeşitli pozisyonlardaki çalışanlar kalite özelliklerini algılar ve özelliklere göre bir dereceye kadar algılamaya hazırdır. Müşterilerle kontak halindeki personel pazardan sinyalleri alır ve müşteri ihtiyaçlarına göre ayarlama yapma fırsatına sahiptir. Müşteri ihtiyaçlarını ve isteklerini takip etme ve satıcı-alıcı etkileşimindeki hizmetin kalitesinin kontrolünü takip edebilen pozisyonlardadırlar. Aynı zamanda üretim ve hizmetin tesliminde yer alırlar.

<sup>72</sup> Süphan Nasır ve Aslıhan Nasır, “Hizmet Kalitesi”, **Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi**, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2008, s.249.

<sup>73</sup> Özge Aktan İbik, Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin Önemi Ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama, , Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2006, s.19-20 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

**Müşteriler:** Müşteri seviyesinde kalitenin kabul edilebilir mi edilemez mi olduğuna karar verilir. Müşteriler kesin bir kalite beklerler ve onlar tabii ki bir kalite tecrübe ederler. Bu ne aldıklarına ve organizasyonla etkileşimlerinde nasıl aldıklarına bağlıdır. Kalite, müşterilerce değerlendirilmiş ve bu değerlendirmenin sonucu toplam algılanan hizmet kalitesidir.

Hizmet Kalitesi Yönetiminin asıl odak noktası insandır. Bu doğrultuda, işletme stratejileri geliştirilirken müşteri odaklı işletme kültürü temel alınarak iş görenlerin de bu yönde eğitilmesi, cesaretlendirilmesi, davranış ve ilişkilerine eğilimi hizmet kalitesi yönetimi kapsamında incelenmektedir. Ancak, gerek hizmet sektöründe gerekse diğer sektörlerde, işletmelerin genellikle ISO 9000 standartlarının teknik gerekliliklerine ve sadece kaliteye yönelik ilgili sertifikalara ulaşmak için gerekli süreçlere odaklandıkları görülmektedir. Ancak, özellikle hizmet işletmelerinde, “teknik” gerekliliklerin yanı sıra “teknik olmayan” gerekliliklerin de göz önünde bulundurulması zorunludur. Hatta hizmet işletmelerinin yapısı gereği “teknik olmayan” gereklilikler ve özellikler, müşteri tarafından algılanan kalite düzeyi üzerinde rol oynar<sup>74</sup>.

## 2.4. KAMU HİZMETLERİNDE KALİTE VE BİLEŞENLERİ

Kalite günümüzde çokça popülerlik gösteren ve kültürel hayatın içerisinde her geçen yer alan bir kavram haline gelmiştir. Küreselleşme sürecinde, devlet küçültülmesi meydana gelebilmekte, bunun beraberinde ise, yönetimdeki yeni yaklaşım ve anlayışlar, halkın kamudan beklentilerinin de büyük ölçüde artış göstermektedir. Her geçen gün farklılaşan vatandaş beklentileri, kamu hizmetlerinin de yüksek kalitede olması yönünde baskı oluşturmaktadır. Kamuda yeniden yapılanma, yerel yönetimlerin güçlendirilmesi, kamu hizmetlerinin özelleştirilmesi gibi gelişmelerle birlikte vatandaşların da kamu hizmetlerinden beklentileri yükselmiş gözükmektedir. Geleneksel kamu yönetimi yaklaşımıyla, mevcut kamu hizmetlerinin yürütülemeyeceği görüşü, kamu hizmetlerinde etkinlik, verimlilik ve kalite gibi konuların kamuoyunda daha fazla tartışılmasına sebebiyet vermiştir.<sup>75</sup>

Kaliteli kamu hizmeti, günümüz toplumunda halkın en önemli beklentilerindedir. Yeni kamu yönetimi anlayışıyla vatandaşların müşteri gibi görülmesi, vatandaşların da müşteri gibi davranmalarına neden olmuştur. Bu

<sup>74</sup> Eda Atılgan, Hizmet Kalitesi Yönetimi Ve Seyahat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Antalya, 2001, s.28 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**), s.28.

<sup>75</sup> Fatih Yüksel, Osman Çevik ve Kadir Ardıç, “Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi: Tokat Belediyesinde Bir Uygulama”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 2004, Cilt: 13, Sayı: 3, s.63.

doğrultuda özel işletmelerden bekledikleri kaliteyi kamu hizmetlerinden de bekler hale gelmişlerdir. Vatandaş memnuniyetleri, ihtiyaçları, yüksek kaliteli hizmetlerle karşılanmadan, sağlanabilmesi mümkün görülmemektedir<sup>76</sup>.

Kamu kesiminde rekabetin ve dolayısıyla sallanan hizmetin bir alternatifi olmadığı için son zamanlara kadar hizmetlerin maliyeti üzerinde ciddi olarak durulmamıştır. Fakat ekonomik zorluklar ve yaşanan mali kriz, hükümetleri kamu harcamalarının azaltılması, daha az kaynakla daha fazla hizmet üretme arayışlarına yöneltmiştir. Ayrıca, kamu kesiminin sunduğu hizmetlerin etkinliği toplumsal zenginliğin ayrılmaz bir parçasını oluşturduğu ve hizmet kalitesinin yükselmesiyle kamu kurumlarının daha verimli hale gelerek kamunun ekonomi üzerindeki yükünü de hafifleteceği ileri sürülmüştür. Böylece, vergileri artırma gerekliliği azalacağı için iş piyasada küresel piyasada daha rekabetçi bir konuma gelmesi söz konusudur<sup>77</sup>.

#### 2.4.1. Müşteri Memnuniyeti

Kamu hizmetlerinin bileşenlerinden ilki müşteri memnuniyetidir. Müşteriler, beklentilerini göstererek, kurumun bireylere nasıl bir hizmet üretmesi gerektiği konusunda yardımcı olurlar. Farklı bir ifadeyle hizmet kalitesinin yükseltilmesinin veya verilen hizmetin tatmin edici olmasının anahtarı, o hizmeti alan müşterilerdir<sup>78</sup>.

Günümüzde rekabette üstünlüğü sağlamak isteyen işletmeleri yönlendiren en önemli kavramlardan birisi olan müşteri memnuniyetidir. Bu nedenle bir işletmenin standart hedefi, işletme politikasının kalbine müşterisini yerleştirerek, kritik başarı faktörü olan müşteri ihtiyaçlarını önceden tahmin edip, bu ihtiyaçları en düşük maliyetle karşılamak olmalıdır<sup>79</sup>.

Müşteri memnuniyeti, umulan ile görülen hizmet kalitesi konusunda müşterinin yargısı olarak tanımlanabilmektedir. Müşteri memnuniyeti, müşteri sadakatini arttırmak isteyen her işletme için anahtar bir unsurdur. Buna kamu kuruluşları da dahildir. Hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti özel işletmelerde satışları yükselten temel faktörlerdir. Kamu işletmelerinde bu iki kavram bireylerin sadakatini sağlamaktadır. Kamu kuruluşları çeşitli girişimlerde bulunarak hizmet kalitelerini

<sup>76</sup> Özcan Sezer, "Kamu Hizmetlerinde Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Türkiye'de Kamu Hizmeti Anlayışı Açısından Bir Değerlendirme", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2008, Cilt: 4, Sayı: 8, s.150.

<sup>77</sup> Süleyman Sözen, "Kamuda Hizmet Kalitesi: Kolluk Hizmetleri Örneği", *Polis Bilimleri Dergisi*, 2005, Cilt: 7 Sayı: 3, s.3.

<sup>78</sup> Sedef Sevimli, Hizmet Sektöründe Kalite Ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s.17-18 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>79</sup> Atilla Naktiyok ve Orhan Küçük, "İşgören Tatmininin Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri", *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 2003, Sayı 1-2, s.225.

yükseltmeyi amaçlamaktadırlar. Pek çok kamu kuruluşu ISO standart belgelerini olarak rekabet güçlerini artırma yoluna gitmektedir<sup>80</sup>.

Müşteri memnuniyeti kavramı ile hizmet kalitesi kavramı arasında ilişki vardır. Müşteri memnuniyetinin yaygın kullanımı “ spesifik (özel) muamele” iken, hizmet kalitesi ise, “örgütün global davranışı “ olarak ifade edilebilir<sup>81</sup>. Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti kuruluşların ulaşmaya çalıştıkları iki temel hedeftir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması işletme faaliyetlerinin istenilen sonuçlarından biri olması ve müşterilerin yeniden satın alma davranışlarının oluşmasına aynı zamanda işletme yönetimine pazar kaybını önleme noktasında, erken uyarı sistemi sağlanması açısından oldukça önemlidir

Müşteri memnuniyeti kalite yönetiminin en temel ilkesidir. Yukarıda verilen kalite kavramının tanımlarından da anlaşılacağı üzere, hizmet kalitesini ölçmede örgüt üst yönetimi tarafından belirlenen ölçütlerin değil, müşteri istek ve beklentilerinin belirleyici olması temel amaçtır. Bu nedenle müşteri odaklı hizmet anlayışının bir söylem olarak kalmaması, uygulama düzeyinde etkili olabilmesi ancak hizmet sunulan kesimlerin beklentilerinin karşılanması ile mümkündür. Bunu başarmanın yolu da müşteri beklentilerinin neler olduğunun bilinmesi ve hizmetin bu beklentileri gerçekleştirmeye odaklanmasıdır. Bu amaçla müşteri anketleri, öneri kutuları gibi çeşitli araştırmalar yapılmaktadır<sup>82</sup>.

Müşteri belli bir hizmetten tatmin olduğunu ama bunun yanı sıra genel hizmet kalitesi seviyesinden memnun olmadığını belirtebilir<sup>83</sup>. Bu yaklaşıma göre, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin direkt olduğu söylenemez. Hizmet kalitesinin yükselmesi müşteri memnuniyetini de aynı ölçüde yükseltmeyebilir. Örneğin yüksek kaliteli bir hizmetin fiyatı yüksekse müşteri memnuniyeti sağlanamayabilir. Aynı şekilde düşük kaliteli fakat ucuz bir hizmet müşterileri daha çok tatmin edebilir. Müşteri tatmini, hizmete ait bilişsel ve duygusal tepkidir. Algılanan hizmet kalitesi bir hizmetin üstünlüğüne ilişkin yargı ve tutumdur, oysa tatmin özel bir işleme bağlıdır.

Müşteri memnuniyeti; ürün ya da hizmetin belirli özelliklerinden ve bu doğrultuda müşteri tarafından algılanan kaliteden önemli bir biçimde etkilenmektedir. Müşterilerin duygusal tepkileri, hizmet sunumun başarılı ya da başarısız olmasının nedenleri ve müşterilerin kendilerine adil ve dürüst davranılıp davranılmadığı

---

<sup>80</sup> Kahraman Çatı ve Aşım Uslu, *Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi*, Ed. Kahraman Çatı, Abdurrahman Baydaş, Asil Yayın Dağıtım, İstanbul, 2008, s.138.

<sup>81</sup> Yüksel, Çevik ve Ardiç, a.g.e., s.65.

<sup>82</sup> Sözen, a.g.e., s.6.

<sup>83</sup> Parasuraman, Zeithaml ve Berry, a.g.e., s.42.

hakkındaki algılamaları da, müşterinin memnuniyet derecesi üzerinde etkili diğer unsurlar durumundadır<sup>84</sup>.

#### 2.4.2. Hizmet Kalitesi Ölçütleri

Hizmetlerin soyut olması, dayanıksızlıklarında ve sürekli değişken bir kavram olması açısından dolayı ölçülmesi ürünlerin ölçülmesinden daha zor olduğu ifade edilmektedir. Bu zorluklar karşısında bir hizmet işletmesi tüketiciler tarafından nasıl değerlendirilebileceğinin bilinmesi ve müşteri beklentilerini daha iyi bir şekilde karşılanması hedefiyle hizmet kalitesinin ölçülmesinde yarar vardır, ve ölçülmesi zorunludur. Hizmetten kalite beklentisi tüketicilerinden tüketicilere farklılık gösterebildiğinden dolayı daha ayrıntılı bir şekilde tüketici beklentilerini belirlemek hem zaman hem ekonomik açıdan işletmeyi sıkıntı verebilmektedir. İşte bu nedenlerden dolayı hizmet kalitesinin ölçülmesinde değişik ölçekler geliştirilmiştir<sup>85</sup>.

Hizmet kalitesinin ölçülmesi için, öncelikle sunulan hizmetlerin ne düzeyde kaliteli olduğunun saptanması gerekmektedir. Verilen hizmetlerin kalitesi hakkında doğru verilere ulaşılabılırsa, kaliteyi yükseltmek için yapılması gerekenler için etkili adımlar atılabilir. Hizmet kalitesinin farklı yöntemlerle ölçüldüğü gözlenmektedir<sup>86</sup>.

Hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi, hizmeti ortaya çıkaran öğelerin, hizmeti alanları ne düzeyde memnun ettiğinin belirlenmesidir. Hizmetlerin kalitesi, hizmeti alanların, hizmetten beklentileri ile, hizmeti aldıktan sonraki düşünceleri arasındaki fark olarak ele alındığında, hizmet kalitesinin ölçülmesi bir bakıma hizmet kalitesinin sayısallaştırılması anlamına gelmektedir. Literatürde, değişik isimlerden ve farklı hizmet kalitesi boyutları yer almaktadır<sup>87</sup>. Ancak literatürde en çok bahsedilen hizmet kalitesi boyutu Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından ortaya konulan on kalite boyutudur<sup>88</sup>;

**Güvenilirlik:** Performansta tutarlılık, işletmenin hizmeti bir kerede ve doğru yapması, diğer bir deyimle işletmenin sözünü tutması anlamına gelmektedir. Hizmetin zamanında, her zaman aynı şekilde ve hatasız olarak verilmesini içermektedir. Hizmetin önceden belirtilen zamanda yerine getirilmesi, faturalamanın doğru yapılması, yönetmeliklere uygunluk gibi konuları kapsamaktadır.

<sup>84</sup> Abdullah Okumuş ve Adnan Duygun, "Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2008, Cilt: 8, Sayı: 12, s.19.

<sup>85</sup> Veysel Yılmaz, Zeynep Filiz ve Betül Yaprak, "Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 7, Sayı:1, 2007, s.300.

<sup>86</sup> Ali Eleren Çetin Bektaş ve A. Şahin Görmüş, "Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 2007, Cilt: 44, Sayı:514, , s.78.

<sup>87</sup> Umut Avcı ve Ali Sayılır, "Hizmet Kalitesi Çerçevesinde Çalışanların Rolüne ve Yeterliliklerine İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2006, Cilt: 1, s.24.

<sup>88</sup> Parasuraman, Zeithaml ve Berry, a.g.e., s.47.

**Heveslilik:** Çalışanların hizmet verme konusunda hazır ve istekli olmasını açıklamaktadır. Satıcının müşteriye zamanında ve uygun karşılık verme derecesini belirleyerek, anında hizmet verme, müşteriye yardımcı olma ve zamanında geri dönme, bir belgeyi hemen postalama gibi faaliyetleri kapsamaktadır.

**Yetenek:** Hizmet verenlerin gerekli mesleki bilgi ve yeteneğe sahip olma derecesini belirtmektedir. Çalışanların müşteri ile olan ilişkilerindeki hata payının minimum düzeyde olmasını içermektedir. Bu boyuta çalışanların uzmanlığı, yetenekleri, eğitimi, yenilikleri takip etme ve araştırma yeteneği örnek olarak gösterilebilir.

**Ulaşılabilirlik:** Hizmetlere kolayca erişebilme ve gerektiğinde iletişim kurma kolaylığını ifade etmektedir. Verilen hizmetlere beklemeden sahip olma, şirketin çalışma saatlerinin uygun olması, hizmet verilecek tesislere kolay ulaşım vb. örnek verilebilir.

**Nezaket:** Müşterilerle ilişkide bulunan çalışanların kibarlığını, saygısını, dostluğunu içermektedir. Bu boyuta çalışanların temiz ve düzenli görünüşü, güler yüzlü olması, müşterinin orada bulunmasından duydukları memnuniyeti ifade etmeleri, müşteriye ilgi gösterme dereceleri örnek olarak gösterilebilir.

**İletişim:** Çalışanların tüketiciye hizmet hakkında onların anlayabileceği şekilde ve düzeyde bilgi vermesidir. Bu boyut, "müşterileri, anlayacakları bir dilden konuşarak bilgilendirmek ve onları dinlemek, hatta kullanılan dilin değişik müşterilere göre ayarlanması anlamına gelmektedir".

**İnanılrlık:** Çalışanların hizmet verdikleri müşteriye samimi bir ilgi göstermesi ve müşteriye kendisine inandırmasıdır. Dürüstlikle oluşturulan işletme imajı ve çalışanların kişisel özellikleri işletme itibarını ve inanılrlığını artıran etkenlerdir.

**Güvenlik:** Verilen hizmetin tehlike, risk ve şüpheden uzak olması anlamına gelmektedir. Bu boyut ayrıca müşteri bilgilerinin gizliliğini de içermektedir. Müşterilerin fiziksel, parasal güvenliğinin ve mahremiyetinin korunmasını kapsamaktadır. Bu boyuta otobüs işletmelerinde tecrübeli ve yetenekli şoförlerin, finans hizmetlerinde güvenilir ve dürüst uzmanların çalıştırılması, bir doktorun hastasının bilgilerini gizli tutması örnek gösterilebilir.

**Müşteriyi Tanıma/Anlama:** Müşteriye özel ilgi gösterilmesi, ismi ile çağırılması, tanınması müşteriye gururlandırıcı davranışlardır. Müşteriler, kendilerini yakından tanıyan çalışanlara daha fazla güvenmekte ve kalite algıları bu duruma göre değişmektedir.

**Somut Özellikler:** Hizmetin fiziksel boyutu kastedilmektedir. Bu boyutta yer alan birimler ise; fiziksel olanaklar, personelin fiziksel görünüşü, hizmeti sunmak için



kullanılan araç ve ekipmanlar, hizmetin fiziksel sunumu ve hizmet işletmesindeki diğer müşteriler kastedilmektedir

Hizmet kalitesinin boyutlarının belirlendiği PZB'nin (1985) bu çalışması bir araştırma olduğundan dolayı yukarıda belirtilen hizmet kalitesini on adet boyutu arasında bazı örtüşmeler de görünmektedir. Hizmet kalitesinin bu on boyutu ve tanımı, PZB'NİN (1988) çalışmasında geliştirdiği hizmet kalitesi ölçeği olan Servqual ölçeğinin de temel yapısını oluşturmaktadır. PZB'nin (1988) çalışmasında Servqual ölçeğini geliştirmek için, daha önceden edilen hizmet kalitesinin on boyutunun her birini temsil edecek ifadeler geliştirilmiştir. Her bir boyut için yaklaşık olarak on ifade geliştirilmiş ve sonuçta toplam 97 ifade elde edilmiştir. Yapılan analizlerde bu 97 ifade öncelikle 54 ifadeye, daha sonra ise 34 ifadeye indirgenmiştir. Bu 34 ifade dört farklı sektörde toplanan verilerle test edilmiş olup yapılan faktör analizi sonucunda ise hizmet kalitesi boyutları beş başlık altında toplanmış olup Servqual ölçeği elde edilmiştir<sup>89</sup>.

Servqual, nitelik temelli hizmet kalitesi ölçüm yaklaşımı dahilinde en fazla ilgili gören yönetim olmuştur. Birçok araştırmacı da Servqual modelini temel alarak farklı hizmet kalitesi ölçüm araçlarını geliştirmişlerdir<sup>90</sup>. Servqual hizmet kalitesi ölçeğinin beş boyutu ve bu beş boyutunun tanımı kısaca özetlemek gerekirse<sup>91</sup>:

**Somut özellikler:** Tesislerin fiziksel özellikleri, araç ve gereçler ve hizmet veren personelin fiziksel görünümü

**Güvenirlilik:** Söz verilen hizmet performansının sürekli, doğru ve güvenilebilir bir şekilde sunulması.

**Heveslilik:** Çalışanların hizmeti sunmak için istekli ve hazır olması. Müşteriye yardımcı olma istekliliği ve hizmetin vakitlice verilmesi

**Güvence/Söz:** Çalışanların bilgisi, nezaketi ve müşterilerinin güvenini ve itimadını kazanma kabiliyeti

**Empati:** Müşterilerini dikkate alma, önemseme ve bireysel ilgi gösterme

Servqual ölçeğinin beş boyutundan ilk üçü olan somut özellikler, güvenirlilik ve heveslilik boyutları PZB'nin (1985) hizmet kalitesinin 10 boyutunu geliştirdiği orijinal çalışmasında da aynen yer almaktadır. Servqual ölçeğinin son iki boyutu olan güvence ve empati, PZB'nin (1985) keşfedici çalışması sonucunda geliştirilen on hizmet kalitesi boyutundan yedisi olan iletişim, itibar, güvenlik, nezaket, yeterlilik, ulaşılabilirlik ve müşteriye tanıma ve anlama boyutlarını içermektedir. Kısaca, Servqual ölçeği sadece beş farklı hizmet kalitesi boyutunu içermekte ve bu beş

<sup>89</sup> Nasır ve Nasır, a.g.e., s.248-249..

<sup>90</sup> Gümüšoğlu vd., a.g.e., s.321.

<sup>91</sup> Nasır ve Nasır, a.g.e., s.248.

boyut ise PZB'nin (1985) ilk çalışmasında kavramsallaştırdığı on boyutu kapsamaktadır<sup>92</sup>.

Servqual araştırmalara sıklıkla konu olması ve uygulama alanının genişliği hakkında çeşitli nedenler ileri sürülebilir. Yöntemin basit anlaşılır nitelikte olması bununla birlikte işletmelere hizmet kalitesi hakkındaki çok değerli bilgileri düşük maliyetli bir yöntemle sunması ölçeğin yıllardır popülerliliğini kaybetmemesinin nedenidir. Bunun yanında pek çok araştırma sonuçlarının hizmet kalitesinin ölçümünde Servqual'in geçerli bir ölçüm aracı olduğunu desteklemesi buna etkendir<sup>93</sup>.

Cronin ve Taylor, fark modelini hizmet kalitesinin kavramsallaştırması ve ölçümüne yönelik incelemişler ve yalnızca hizmet kalitesinin performansını ölçen Servperf adlı bir model öne sürmüşlerdir. Servperf'e göre, hizmet kalitesi bir müşteri davranışı olarak kavramsallaştırılabilir, bu nedenle hizmet kalitesinin tek ölçütü performans olmalıdır. Bunun yanında araştırmacılar, Servqual'in müşteri tatmini ile tutumları kavramlarını karıştırdığını öne sürmektedir<sup>94</sup>.

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde yararlanılan bir diğer boyut ise Grönroos'un Modeli'dir. Grönroos'un Modeli (1984), hizmet kalitesini teknik, fonksiyonel ve imaj olarak üç boyutta ele almıştır<sup>95</sup>.

**Teknik Kalite:** müşterinin hizmetten ne elde ettiğidir, alınan hizmetin sonuçlarına bağlıdır. Teknik kalite, kaliteyi güvence altına alacak sistemlerin, prosedürlerin ve tekniklerin uygulanmasıdır.

**Fonksiyonel Kalite:** hizmetin müşteriye nasıl ulaştırıldığıdır. Genellikle hizmeti sunan ve müşteri arasında bir dizi müşteri açısından tatmin edici ya da etmeyici etkileşimler yaşanır.

**İmaj:** Müşterilerin işletme hakkındaki algılarıyla oluşmaktadır. İşletmeler sundukları hizmetlerle simgelenmektedirler. Bu açıdan işletmenin imajı da teknik ve işlevsel kalitesi neticesinde ortaya çıkmaktadır.

Lehtinen ve Lehtinen'in kalite ölçüm modelinde fiziksel kalite, firma kalitesi ve etkileşimsel kalite olmak üzere 3 boyut bulunmaktadır<sup>96</sup>.

---

<sup>92</sup> Nasır ve Nasır, a.g.e., s.248.

<sup>93</sup> Gümüsoğlu vd., a.g.e., s.132.

<sup>94</sup> Kemal Vatansever, Üçüncü Parti Lojistik İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Ölçümü Üzerine Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2005. s.150 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>95</sup> Christian Grönroos, "A Service Quality Model and its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, 1984, Vol.18, No.4, pp37; Akt: Esen Gürbüz ve Ahmet Ergülen, "Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma", *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 35, s.178.

<sup>96</sup> Hilal Öztaş, "Farklı Sigorta Branşlarında Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bursa İl Merkezi Örneği", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kütahya, 2010, s.101-102 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

**Fiziksel kalite:** Sunulan hizmetin fiziksel özelliklerine ilişkin kalite algısıdır. Fiziksel özellikler, fiziksel ürün ve fiziksel destek olarak isimlendirilmektedir.

**Firma kalitesi:** bu boyut hizmet alınan firmanın imajını ve profiline ilişkindir. Firmanın mevcut ve potansiyel müşterilerinin, kamuoyunda firmanın oluşturduğu imajı değerlendirmeleriyle ilgilidir.

**Etkileşimsel Kalite:** müşterilerin ilişkide buldukları firma çalışanları ve firmanın diğer müşterileriyle kurdukları ilişkilerle ortaya çıkmaktadır.

#### **2.4.3. Üst Yönetimin Liderliği ve Çalışan Memnuniyeti**

Lider, örgütün amaçları doğrultusunda yaşamasını, gelişmesini sağlayan, yaratıcı, başlatıcı ve rol oynayan kişidir. Lider aynı zamanda, grubun yaşantılarını

#### **2.4.4. Üst Yönetim Liderliği ve Çalışan Memnuniyeti**

Lider kurum hedefleri doğrultusunda "kurumu değerlendirip düzenleyen ve bu yaşantılar yoluyla grubun gücünden yararlanan" kişi olarak tanımlanmaktadır. Lider kritik kararlar verir. Yaratıcı ve başlatıcı kişidir. İyi lider zeki, iyi eğitim görmüş ve alanında deneyimli olmalıdır. Lider grup etkinliklerini yönlendirir ve es güdülemeyi sağlar. Lideri statü ya da koşullar belirler. Baslıca görevleri örgütün amaçlarını belirlemek; bu amaçları geliştirecek yapı ve havayı vermek; örgütün amaçları doğrultusunda yaşamasını sağlamak, örgütteki çatışmaları çözmektir<sup>97</sup>.

Çalışan memnuniyeti ise, çalışma yaşamında gerek özel gerekse de kamu sektörünün büyük önem verdikleri bir kavramdır. Bunun temel nedeni, memnuniyet düzeyinin işletme faaliyetlerini gerek dolaylı gerekse de doğrudan etkilemesidir. Kavramın kurumlar açısından önemi, çalışanların işle alakalı sağlığı ve verimiyle yakından ilişkili oluşudur<sup>98</sup>.

Hizmet kalitesini iyileştirme politikalarının oluşturulması ve uygulamaya konması konusunda üst yönetimin rolü ve önemi yadsınamaz. Üst yönetimin liderliği, üstün gayreti ve reform programlarına bağlılığı uygulamanın başarılı olmasında belirleyici olmaktadır. Üst yönetim, "kaliteli hizmet, çalışan memnuniyetinin sağlanması ile mümkündür" anlayışından hareketle iyileştirme sürecine personelin katılımı da sağlamalıdır. Çalışanların benimsemediği reform programlarını uygulamaya koymak çok zordur. Kalite yönetimi kültürünün güçlü şekilde yerleştiği kurumlarda yöneticinin rolü idareci ve denetçi olmaktan çıkarak "öğretici" (coach) ve "kolaylaştırıcı" role dönüşür. Kurum da öğrenen organizasyon olmak durumundadır. Kısaca, örgüt kültürünün kalite yönetimi ilkeleriyle uyuşması gerekir. Örneğin, kalite

<sup>97</sup> Elife Doğan, *Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi*, Academy Plus Yayın Evi, 2002, s.86.

<sup>98</sup> Nursel Telman ve Pinar Ünsal, *Çalışan Memnuniyeti*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2004, s.11.

yönetiminin örgütlerde başarıyla uygulanmasında tüm çalışanların katılımının önemi vurgulanmaktadır. Ancak, katı hiyerarşik yapı, kontrol ve cezalandırma merkezli, otoriter yönetim tarzının egemen olduğu kurumlarda katılımcılığı gerçek anlamda sağlamak güçtür. Dolayısıyla, personeline güvenmeyen, onlara yetki ve sorumluluk devretmeyen bir üst yönetimin varlığı hizmet kalitesini iyileştirme çalışmalarının sekteye uğratar. Kalite yönetiminin temel ilkelerinden olan sürekli iyileştirmeyi (kaizen) gerçekleştirmek için üst yönetimin liderliği ve çalışan memnuniyetinin sağlanmasına gerek vardır<sup>99</sup>.

Günümüzde birçok organizasyon, sahip olduğu iş gücüyle daha etkili ve verimli çalışarak rekabet gücünü ve hizmet kalitesini artırmaya çalışmaktadır. Bunu yaparken de sahip olduğu iş gücünü kaybetmenin yaratacağı maliyetten kaçınmaya çalışmaktadır. İş görenlerin kurumla olan faaliyetlerinin etkin ve verimli olması için çaba sarf edilirken diğer yandan iş görenlerin gelişimlerini sağlayarak kurumla olan bağları güçlendirilmeye çalışılmaktadır.

#### **2.4.5. Hizmet Kalitesinde Kritik Başarı Faktörü: Nitelikli Personel**

Kurumların etkililiği, uygulanan örgütsel politikalarla ilgili birçok faktöre bağlı olmasına rağmen kurumun nitelikli personel sahip olma politikası örgütsel başarıda ayrı bir role sahiptir. Kurum çalışanlarının becerileri örgütsel başarının temel belirleyicilerindendir. Kurumun rekabet gücünü arttıracak seçkin özellik ve becerilere sahip bireylerin belirlenmesi bundan dolayı ayrı bir önem taşımaktadır. Bir kurumda mevcut ve gelecekteki pozisyonlar için uygun kalifiye özelliğe ve birikime sahip bireylerin belirlenmesi olarak tanımlanan aday bulma süreci ile eleman seçimi başlamaktadır. Bir organizasyonun aday bulma uygulamaları insan kaynakları planlarına göre önceden başlatılabileceği gibi işi bırakan çalışanlardan boşalan pozisyonlara gerekli kalifiye özelliklere sahip eleman bulunması gerektiğinde de uygulanır<sup>100</sup>. Hizmet kalitesini yükseltmek isteyen kamu kuruluşlarının öncelikle yapması gereken kurumda görev yapan personelin niteliklerini iyileştirecek eğitimler üzerinde yoğunlaşmalarıdır<sup>101</sup>.

---

<sup>99</sup> Sözen, a.g.m., s.9-10

<sup>100</sup> İlhami Fındıkçı, *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 6. Baskı, Alfa Kitabevi, İstanbul, 2003, s.40-41.

<sup>101</sup> Sözen, a.g.m., s.10.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: KAMU SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ: İSTANBUL VERGİ DAİRELERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

### 3.1. HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ

Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetini belirleyen temel unsur olması nedeniyle, literatürde de oldukça ilgi görmektedir. Ancak kamu hizmetlerinde kaliteye yönelik yapılan araştırmaların özel sektöre göre sınırlı kaldığı görülmektedir. Yeni kamu yönetimi anlayışına geçilmesiyle birlikte, kamudan hizmet alan vatandaşların müşteri olarak değerlendirilmesiyle birlikte, kamu sektöründe de hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik uygulamaların yapıldığı ve bu uygulamaların akademik çalışmalara yansıdığı görülmektedir. Araştırmanın hipotezlerinin geliştirilmesi için kamu sektöründe hizmet kalitesine yönelik yapılan araştırmalar incelenmiştir.

Hancıoğlu<sup>102</sup>, araştırmasını Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren ve şehrin jeotermal kaynaklarını konut ve işyerlerini ısıtmada kullanan bir kamu hizmet işletmesinin sunmakta olduğu hizmetin kalitesi ve bu hizmet kalitesinden müşterilerin duydukları memnuniyet düzeyini ölçmek amacıyla gerçekleştirmiştir. Araştırmaya 212 kişi katılmıştır, müşterilerin hizmet kalite algıları ve bu hizmetlerden duydukları memnuniyet Servqual hizmet kalite algısı ve beklentisi ölçeğiyle ölçülmüştür. Araştırma sonucunda, müşterilerin hizmet kalite beklentileri ile algıladıkları hizmet kalite arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu, müşterilerin cinsiyet, eğitim, gelir düzeyi, mahalle, mekan türü gibi özellikleri, hizmetlerden beklenti ve algılarını etkilemediği belirlenmiştir.

Gümüšoğlu ve diğerleri<sup>103</sup>, yaptıkları araştırmalarında, belediyelerdeki servis kalitesinin önemi üzerinde durmuşlar ve Muğla ilinde, örnek bir çalışma yapılarak halkın belediye çalışmalarından memnuniyetlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada, halkın memnuniyetini tespit edebilmek için beklenen ve algılanan hizmet düzeylerini belirlemeye olanak veren "Servqual" ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, Muğla halkının belediyeden memnuniyetinin 5 üzerinden yapılan değerlendirmeye göre 3,65 ile (yükseğe yakın) 2,31 (düşüğe yakın) arasında değiştiği belirlenmiştir. Konuya verilen önem ise 4 ve üzerindedir yani verilen hizmetlerin en azından iyi ya da çok iyi olması beklenmektedir. Bilindiği gibi

<sup>102</sup> Mehmet Talha Hancıoğlu, Kamu Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi ve Afyonkarahisar İlinde Bir Uygulama (AFJET), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

<sup>103</sup> Şevkinaz Gümüšoğlu vd., "Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin "Servqual" Modeli İle Ölçülmesi Ve Muğla İlinde Bir Uygulama", **3.Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu**, Nisan 2003, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.

çalışmada, boyutlar bazında belediyeden beklenen hizmet düzeyi ile belediyenin performansı arasında fark olup olmadığı belirlenmiş ve en az farkın temizlik boyutunda, en yüksek farkın finansman boyutunda olduğu saptanmıştır.

Belediyeden beklenen hizmet ve belediyenin performansı arasındaki fark açısından temizlik boyutu dışında diğerler boyutlarda bay ve bayanlar açısından bir fark görülmemiştir. Mahalleler bazında finansman ve haberleşme boyutlarında belediyeden beklenen hizmetler ile belediyenin performansı arasındaki fark açısından değişkenlik olduğu saptanmıştır. Meslek grupları açısından durum değerlendirildiğinde ise finansman, itimat, kültür boyutlarında belediyeden beklenen hizmet ile belediye performansı arasındaki farkın değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir.

Bekir<sup>104</sup> araştırmasında Kırcaali Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin, algıladıkları hizmet kalitesini belirlemek ve hizmet kalitesine ilişkin beklentileri ve algılamaları arasında fark olup olmadığını tespit etmektir. Bunun yanı sıra farklı sosyo-demografik özelliklere sahip olan bireylerin, algıladıkları hizmet kalitesinin farklı olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır.

Araştırma sonucunda, bireylerin belediye hizmet kalite beklentileri ile, hizmet kalite algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu, bireylerin hizmet kalite algılarının, cinsiyet, eğitim durumu ve aylık gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı, yaşlarına göre hizmet kalite algılarında farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca, Algılanan hizmet kalitesini oluşturan faktörler ile genel memnuniyet düzeyi arasında = 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde zayıf ilişkilerin olduğu belirlenmiştir.

Gazioğlu<sup>105</sup> (2013), “Yalova” Sosyal Güvenlik İl Müdürlüğü’nde hizmet alanların beklemedikleri ve algıladıkları kalite düzeylerinin ölçülmesi, hizmet kalitesinin değerlendirilmesini amaçlamışlardır. Araştırmada Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen Servqual Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli kullanılmıştır. Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, Yalova Sosyal Güvenlik İl Müdürlüğü’nün sunduğu hizmetin genel olarak yüksek kalitede olduğu, beklentilerin yüksek olmasına karşın bu beklentilerin yeterince yerine getirdiği görülmüştür.

---

<sup>104</sup> Sevie Halil Bekir, Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Kırcaali Belediyesi’nde Bir Uygulama, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

<sup>105</sup> Şiyar Gazioğlu, Sosyal Güvenlik Kurumunda Hizmet Kalitesi: Yalova Örneği, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

Güler<sup>106</sup> araştırmasında kamu bankalarında müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkileri incelemek, beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesini amaçlamıştır. Bu doğrultuda araştırmada kamu kurumlarında müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki, Servqual ölçeği kullanılarak her bir boyut için, Halk Bankası, TEB ve Ziraat Bankası müşterilerinden seçilen 320 müşterinin algıladıkları ve beledikleri hizmet kaliteleri arasındaki fark cinsiyete, bankacılık hizmet türüne ve banka türüne göre incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, bankalar müşterilerin beklentilerini tam anlamıyla karşılayamamaktadırlar. Cinsiyet ve banka türüne göre müşterilerin beklentileri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmezken ( $p>0.05$ ), bankacılık hizmetine göre (bireysel, kurumsal) beklenen ve algılanan hizmet kalitesi arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Yıldız<sup>107</sup> Emniyet Teşkilatı personelinin işyeri memnuniyetinin belirlenmesi amacıyla Servqual Hizmet Kalitesi Ölçeğini Ankara İl Emniyet Müdürlüğü personeline uygulamıştır. Araştırma sonucunda, Emniyet Genel Müdürlüğü'nün Ankara İl Emniyet Müdürlüğü personeli beklentilerinin altında hizmet verdikleri ortaya çıkmıştır. Personelin cinsiyetlerine, medeni durumlarına, eğitim durumlarına ve gelir düzeylerine göre hizmet kalite algı ve beklentilerinde farklılıkların olduğu, yaşlarına göre ise istatistiksel açıdan herhangi bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir.

Aksu<sup>108</sup> Turhal Tapu Sicil Müdürlüğü'ndeki işlem yaptıran vatandaşların, Tapu Sicil Müdürlüğü'ndeki hizmet kalite memnuniyet düzeylerini belirleyerek, memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerle ilişkilerinin olup olmadığını ortaya koymak amacıyla araştırmasını gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda, yaş, cinsiyet ve medeni durumun vatandaşların hizmet kalitesinden memnuniyet düzeylerini anlamlı olarak etkilediği, iş durumu ve ilk kez Turhal Tapu Sicil Müdürlüğü'nden hizmet alışı ise vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyeti etkilediği belirlenmiştir.

Şarbak<sup>109</sup> İl düzeyinde sağlık hizmetlerinin sunumundan birinci derecede sorumlu olan Sağlık Müdürlüklerinin bu hizmetleri yerine getirmesinde önemli pay

---

<sup>106</sup> Fatih Güler, Kamu Bankacılığında Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki Ve Bir Uygulama, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

<sup>107</sup> Gülseli Yıldız, Hizmet Sektöründe Servqual Ölçeği İle Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Emniyet Genel Müdürlüğü'nde Bir Uygulama, Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2009 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

<sup>108</sup> Murat Aksu, Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Turhal Tapu Sicil Müdürlüğünde Bir Uygulama, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

<sup>109</sup> Murat Şarbak, Sağlık Müdürlüklerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: İzmir İl Sağlık Müdürlüğü'nde Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**)

sahibi olan personellerinin (iç müşterilerinin) Sağlık Müdürlüğü hizmetleri için memnuniyet düzeylerini ölçmek ve değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Ölçüm yöntemi olarak Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen Servqual yöntemi kullanılmıştır. Uygulama ise Türkiye'nin üçüncü büyük ilinde bulunan ve Sağlık Müdürlükleri arasında önemli bir yere sahip olan İzmir İl Sağlık Müdürlüğü'nde yapılmıştır. Araştırma sonucunda, hastaların beklentilerinin memnuniyetlerinin üstünde kaldığı, hastaların hizmet kalitesi beklenti ve bu hizmetlerin kalitesinden memnuniyet düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı, yaşlarına, eğitim düzeylerine, kadro ve görevlerine göre istatistiksel açıdan farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Araştırmalardan ulaşılan sonuçlar bütünsel olarak değerlendirildiğinde, müşterilerin beklentileri yüksektir, verilen hizmetlerle müşteri beklentileri karşılanamamaktadır. Bu sonuçtan yola çıkarak araştırmanın temel hipotezi oluşturulmuştur:

H<sub>1</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmet kalite beklentileri, hizmet kalite algılarından yüksektir.

H<sub>2</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmet kalite beklentileri, hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>3</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmet kalite algıları, hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>4</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmet kalite beklentileri demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

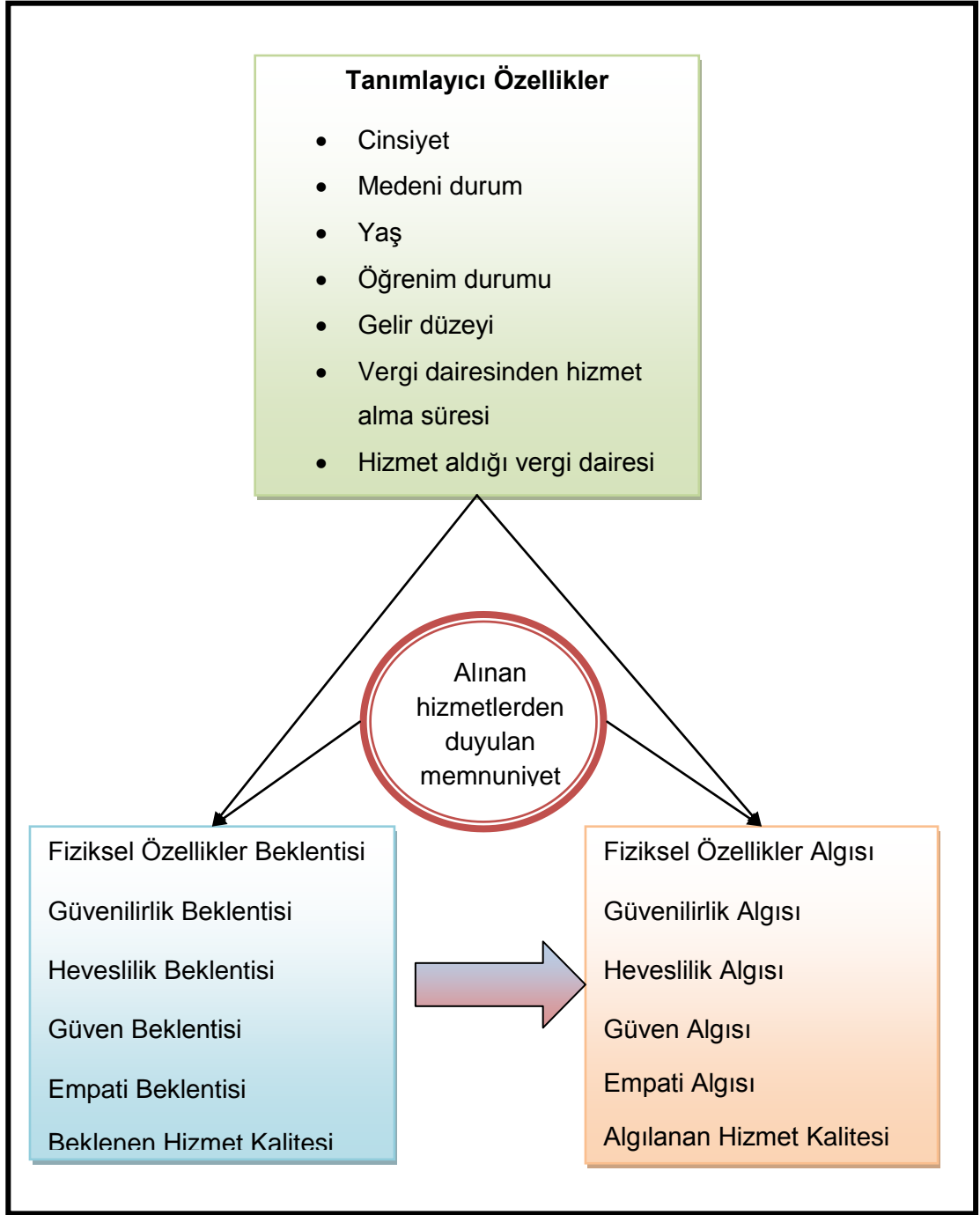
H<sub>5</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmet kalite algıları demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

## **3.2. ARAŞTIRMANIN DİZAYNI VE METODOLOJİSİ**

### **3.2.1. Araştırma Modeli**

Araştırmada vergi dairesi mükelleflerinin vergi dairesinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri ve algıları sorgulanacaktır. Bu doğrultuda vergi dairesi mükelleflerinin beklentileri ve algıları arasındaki farklılık, mükellef beklentilerinin ne düzeyde karşılanabildiğini ortaya koyacaktır. Aynı zamanda mükelleflerin aldıkları hizmetlerden memnuniyetlerinin ve tanımlayıcı özelliklerinin de hizmet kalite beklenti ve algılarında farklılık oluşturabileceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda araştırmanın modeli aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.





**Şekil-1** Araştırmanın Modeli

### 3.2.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın modeli çerçevesince araştırmanın hipotezlerinin son şekli verilmiştir:

H<sub>1</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin fiziksel özelliklerine ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.

H<sub>2</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin güvenilirlik boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.

H<sub>3</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin heveslilik boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.

H<sub>4</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin güven boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.

H<sub>5</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin empati boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.

H<sub>6</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin genel kalitesine ilişkin beklentileri, kalite algılarından yüksektir.

H<sub>7</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerine ilişkin kalite beklentileri aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>8</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerine ilişkin kalite algıları, aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>9</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>10</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>11</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>12</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>13</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>14</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, vergi dairesinden hizmet aldıkları yıllara göre farklılık göstermektedir.

H<sub>15</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, hizmet aldıkları vergi dairelerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>16</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>17</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>18</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>19</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H<sub>20</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H<sub>21</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, vergi dairesinden hizmet aldıkları yıllara göre farklılık göstermektedir.

H<sub>22</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, hizmet aldıkları vergi dairelerine göre farklılık göstermektedir.

### **3.2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Kadıköy grup müdürlüğüne bağlı vergi dairelerinden hizmet alan mükellefler oluşturmaktadır. Kadıköy grup müdürlüğüne bağlı olarak, Erenköy Vergi Dairesi, Kozyatağı Vergi Dairesi, Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi, Rıhtım Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi, Göztepe Vergi Dairesi ve Kadıköy Vergi Dairesi olmak üzere 6 ayrı vergi dairesi bulunmaktadır. Araştırmanın örneklemini 2014 yılı Eylül ayında, evren içerisinde bulunan vergi dairelerinden hizmet alan ve araştırmaya katılmayı gönüllü kabul eden 320 mükellef oluşturmaktadır.

### **3.2.4. Veri Toplama Araçları**

Araştırmada veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Sözkonusu anket 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde mükelleflerin tanımlayıcı özelliklerini (yaş, cinsiyet, vb.) belirlemeye yönelik 6 soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise Servqual hizmet kalitesi beklenti ölçeği 3. Bölümde de Servqual hizmet kalitesi algı ölçeği yer almaktadır.

Servqual Ölçeği tüketicilerin hizmet kalite beklenti ve algılarını birlikte ele almaktadır. Ölçekte 5 boyut bulunmaktadır. Bu boyutlar; fiziksel özellikler, güvenlik, heveslilik, güvenilirlik ve empatidir. Bu boyutların toplamı ise toplan hizmet kalite beklentisi ve algısını ortaya koymaktadır. Aşağıda boyutların içerisinde yer alan ifadelere yer verilmektedir.

#### **Fiziksel Özellikler:**

- Mükemmel bir vergi dairesi modern görünümlü binaya ve çalışma ortamına sahip olmalıdır.
- Mükemmel bir vergi dairesinde fiziki koşulların görsel cazibesi olur.
- Mükemmel bir vergi dairesinde personel görünüşü olarak temiz ve düzenlidir.

- Mükemmel bir vergi dairesinde hizmetle alakalı malzemeler yeterli düzeyde ve görselliktedir.

#### **Güvenilirlik**

- Mükemmel bir vergi dairesi bir işi ne zaman yapacağını taahhüt ediyorsa bu işi o zamanda gerçekleştirir.
- Bir mükellefin problemi olduğunda mükemmel bir vergi dairesi problemi çözmek için samimi bir ilgi gösterir.
- Mükemmel bir vergi dairesi işleri ilk seferinde ve doğru olarak yapar.
- Mükemmel bir vergi dairesi hizmetlerini söz verdiği zamanda gerçekleştirir.
- Mükemmel bir vergi dairesi kayıtların hatasız tutulmasında titizdir.

#### **Heveslilik**

- Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere hizmetin tam olarak ne zaman verileceğini bildirir.
- Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere hizmeti mümkün olan en kısa sürede ve kusursuz olarak verir.
- Mükemmel bir vergi dairesinde personel her zaman mükelleflere yardım etmek için istekli olur.
- Mükemmel bir vergi dairesinde personel asla mükelleflerin isteklerine cevap veremeyecek kadar meşgul olmaz.

#### **Güven**

- Mükemmel bir vergi dairesinde personelin davranışları mükelleflere güven aşılar.
- Mükemmel bir vergi dairesinde mükellefler vergi dairesi ile ilgili daima güven duygusu içindedirler.
- Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere karşı daima nezaket içinde bulunur.
- Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflerin sorularına cevap verebilecek yeterli bilgi seviyesine sahiptir.

#### **Empati**

- Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere tek tek ilgi gösterir.
- Mükemmel bir vergi dairesinin çalışma saatleri mükelleflere uygun olacak şekildedir.
- Mükemmel bir vergi dairesi, her mükellefle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.

- Mükemmel bir vergi dairesi mükelleflerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.
- Mükemmel bir vergi dairesi mükelleflerin özel isteklerini anlar.

Servqual ölçeğinin alt boyutlarının güvenilirlik katsayıları Tablo 1’de görülmektedir. Ölçeğin boyutlarının güvenilirlik katsayıları yüksek olarak bulunmuştur.

**Tablo-4** Güvenirlik Katsayıları

Boyutlar	$\alpha$
Fiziksel Özellikler	0,854
Güvenirlik	0,679
Heveslilik	0,729
Güven	0,829
Empati	0,854

### 3.2.5. Verilerin Analizi

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 21.0 programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır. Hipotez testlerinin analizinde ise eşleşmiş t-testi, bağımsız örneklem t-testi, anova testi kullanılmıştır.

Bağımsız örnek t – testi ise, iki ilişkisiz grup ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılır<sup>110</sup>. İki den fazla grup durumunda parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Tek yönlü (One way) Anova testi ve farklılığa neden olan grubun tespitinde Post Hoc Tukey testi kullanılmıştır. Tek yönlü varyans analizi, ilişkisiz ikiden daha çok örneklem ortalaması arasındaki farkın sıfırdan anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını test etmek üzere uygulanır.<sup>111</sup>

Post hoc testi, varyans analizi sonucunda eğer gruplar arasında bir fark bulunmuşsa, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını görebilmemiz için oldukça önemlidir. Anova tablosu, grupların ortalamaları arasında bir fark olup olmadığını genel olarak söylemektedir. 3 grup da olsa, 10 grup da olsa bütün grup ortalamalarının birbirine eşit olup olmadığını test eder. Sadece iki grup arasında farklılık olsa ve diğerleri arasında fark olmasa, varyans analizi “gruplar arasında fark

<sup>110</sup> Şeref Büyükoztürk, **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı** 2. Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık, 2008, s.39.

<sup>111</sup> Büyükoztürk, a.g.e., s.39

vardır” sonucunu verir. Fakat farklılığını nereden kaynaklandığını, hangi gruplar arasında olduğunun sonuçlarının post hoc testi açıklayacaktır. Post hoc testleri içinde çalışmalarda en yaygın kullanılan Tukey testidir.<sup>112</sup>

Hipotez testlerinin yanında ölçeğin iç tutarlılığını gösteren güvenilirlik analizleride yapılmıştır. Güvenirlik aynı değişkenin bağımsız ölçümleri arasındaki tutarlılık-kararlılık durumudur<sup>113</sup>. Yani güvenilirlik, çalışma yapılırken oluşabilecek rasgele hataları dışlamaktır. Aynı çalışma farklı zamanlarda tekrar tekrar yapıldığında aynı cevaplar alınıyorsa yapılan çalışma güvenilirlerdir. Ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş yöntemlere güvenilirlik analizi ve bu ölçekte yer alan soruların irdelenmesine ise soru analizi (İtem Analysis) denilmektedir. Güvenirliğin incelenmesinde en yaygın kullanılan yöntem Cronbach’s Alpha Katsayısıdır. Cronbach’s Alpha Katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme kriteri;<sup>114</sup>

$0,00 \leq \alpha < 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirlerdir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Sonuçlar % 95 güven aralığında, anlamlılık  $p < 0,05$  düzeyinde çift yönlü olarak değerlendirilmiştir.

### 3.3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde, araştırmaya katılan mükelleflerden ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

#### 3.3.1. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımları

**Tablo-5** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Erkek	192	60,0
Kadın	128	40,0
Toplam	320	100,0

<sup>112</sup> Şeref Kalaycı, **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Ankara: Asil Yayınları, 2005, s.135

<sup>113</sup> Mustafa Ergün, **Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Bazı Temel Kavramlar**, <http://www.egitim.aku.edu.tr/temelkavramlar.ppt>

<sup>114</sup> Kazım Özdamar, **Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi**, Eskişehir: Kaan Kitabevi, 2004, s.633

Araştırmaya katılan mükelleflerin 192'si (%60,0) erkek, 128'i (%40,0) kadındır.

**Tablo-6** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Bekar	155	48,4
Evli	165	51,6
Toplam	320	100,0

Mükellefler medeni durumu değişkenine göre 155'i (%48,4) bekar, 165'i (%51,6) evli olarak dağılmaktadır.

**Tablo-7** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Yaşlarına Durumlarına Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
20 Yaş ve Altı	19	5,9
21 - 30 Yaş	98	30,6
31 - 40 Yaş	89	27,8
41 - 50 Yaş	64	20,0
51 Yaş ve üzeri	50	15,6
Toplam	320	100,0

Araştırmaya katılan mükellefler; 19'u (%5,9) 20 yaş ve altı, 98'i (%30,6) 21 - 30 yaş, 89'u (%27,8) 31 - 40 yaş, 64'ü (%20,0) 41 - 50 yaş, 50'si (%15,6) 51 yaş ve üzeri olarak dağılmaktadır.

**Tablo-8** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Öğrenim Durumlarına Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Ortaokul ve Altı	34	10,6
Lise	105	32,8
Lisans	123	38,4
Yüksek Lisans/doktora	58	18,1
Toplam	320	100,0

Araştırmaya katılan mükelleflerin 34'ü (%10,6) ortaokul ve altı, 105'i (%32,8) lise, 123'ü (%38,4) lisans, 58'i (%18,1) yüksek lisans/doktora eğitim düzeyindedir.

**Tablo-9** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Aylık Ortalama Gelir Düzeylerine Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
0-1000 TL	26	8,1
1001-2000 TL	76	23,8
2001-3000 TL	64	20,0
3001-4000 TL	85	26,6
4001 ve üzeri	69	21,6
Toplam	320	100,0

Araştırmaya katılan mükelleflerin 26'sı (%8,1) 0-1000 TL, 76'sı (%23,8) 1001-2000 TL, 64'ü (%20,0) 2001-3000 TL, 85'i (%26,6) 3001-4000 TL, 69'u (%21,6) 4001 ve üzeri aylık gelir düzeyine sahiptirler.

**Tablo-10** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesinden Hizmet Alma Sürelerine Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
1 Yıl	74	23,1
2 Yıl	25	7,8
3 Yıl	48	15,0
4 Yıl ve üzeri	173	54,1
Toplam	320	100,0

Araştırmaya katılan mükelleflerin 74'ü (%23,1) 1 yıl, 25'i (%7,8) 2 yıl, 48'i (%15,0) 3 yıl, 173'ü (%54,1) 4 yıl ve üzeri süredir vergi dairesinden hizmet almaktadırlar.

**Tablo-11** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Hizmet Aldıkları Vergi Dairesine Göre Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Erenköy Vergi Dairesi	55	17,2
Kozyatağı Vergi Dairesi	43	13,4
Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	7,8
Rıhtım Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	41,9
Göztepe Vergi Dairesi	34	10,6
Kadıköy Vergi Dairesi	29	9,1
Toplam	320	100,0



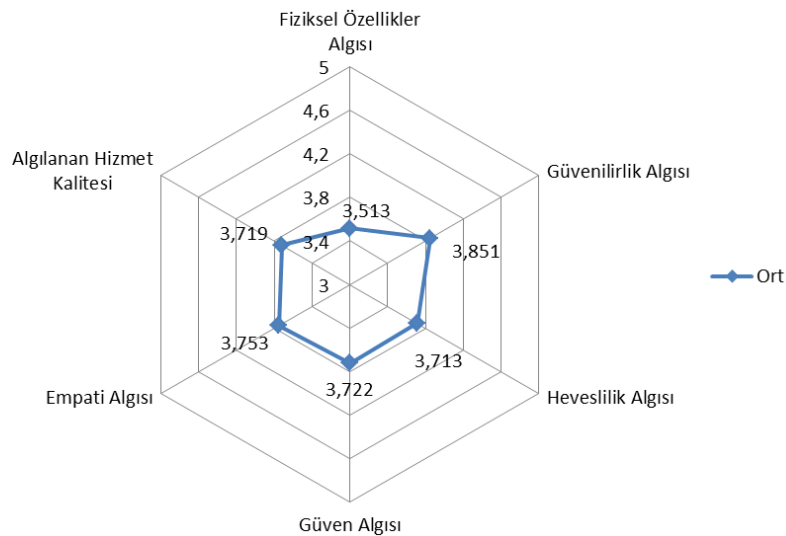
Araştırmaya katılan mükelleflerin 55'i (%17,2) Erenköy vergi dairesi, 43'ü (%13,4) Kozyatağı vergi dairesi, 25'i (%7,8) Anadolu kurumlar vergi dairesi, 134'ü (%41,9) Rıhtım veraset ve harçlar vergi dairesi, 34'ü (%10,6) Göztepe vergi dairesi, 29'u (%9,1) Kadıköy vergi dairesinden hizmet almaktadırlar.

### 3.3.2. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan ve Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları

**Tablo-12** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları

	N	Ort	Ss	Min.	Max.
Fiziksel Özellikler Algısı	320	3,513	0,916	1,000	5,000
Güvenilirlik Algısı	320	3,851	0,993	1,400	5,000
Heveslilik Algısı	320	3,713	1,034	1,250	5,000
Güven Algısı	320	3,722	1,076	1,000	5,000
Empati Algısı	320	3,753	0,977	1,600	5,000
Algılanan Hizmet Kalitesi	320	3,719	0,854	1,860	5,000

Araştırmaya katılan mükelleflerin algılanan hizmet kalite düzeylerine ilişkin veriler Tablo 12'de görülmektedir. Tablodaki verilerden mükelleflerin “fiziksel özellikler algısı” düzeyi ortalamasının yüksek ( $3,513 \pm 0,916$ ); “güvenilirlik algısı” düzeyi ortalamasının yüksek ( $3,851 \pm 0,993$ ); “heveslilik algısı” düzeyi ortalamasının yüksek ( $3,713 \pm 1,034$ ); “güven algısı” düzeyi ortalamasının yüksek ( $3,722 \pm 1,076$ ); “empati algısı” düzeyi ortalamasının yüksek ( $3,753 \pm 0,977$ ); “algılanan hizmet kalitesi” düzeyi ortalamasının yüksek ( $3,719 \pm 0,854$ ) düzeyde olduğu görülmektedir.

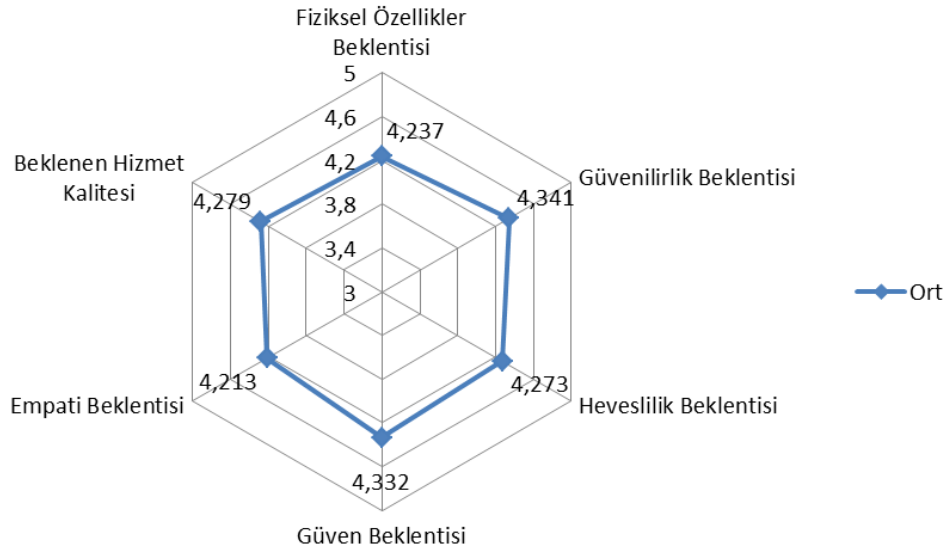


**Şekil -2** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları

**Tablo-13** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları

	N	Ort	Ss	Min.	Max.
Fiziksel Özellikler Beklentisi	320	4,237	0,818	2,000	5,000
Güvenilirlik Beklentisi	320	4,341	0,816	2,000	5,000
Heveslilik Beklentisi	320	4,273	0,743	2,000	5,000
Güven Beklentisi	320	4,332	0,697	2,000	5,000
Empati Beklentisi	320	4,213	0,816	2,000	5,000
Beklenen Hizmet Kalitesi	320	4,279	0,656	2,000	5,000

Araştırmaya katılan mükelleflerin beklenen hizmet kalite düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde, “fiziksel özellikler beklentisi” düzeyi ortalamasının çok yüksek ( $4,237 \pm 0,818$ ); “güvenilirlik beklentisi” düzeyi ortalamasının çok yüksek ( $4,341 \pm 0,816$ ); “heveslilik beklentisi” düzeyi ortalamasının çok yüksek ( $4,273 \pm 0,743$ ); “güven beklentisi” düzeyi ortalamasının çok yüksek ( $4,332 \pm 0,697$ ); “empati beklentisi” düzeyi ortalamasının çok yüksek ( $4,213 \pm 0,816$ ); “beklenen hizmet kalitesi” düzeyi ortalamasının çok yüksek ( $4,279 \pm 0,656$ ) düzeyde olduğu görülmektedir.



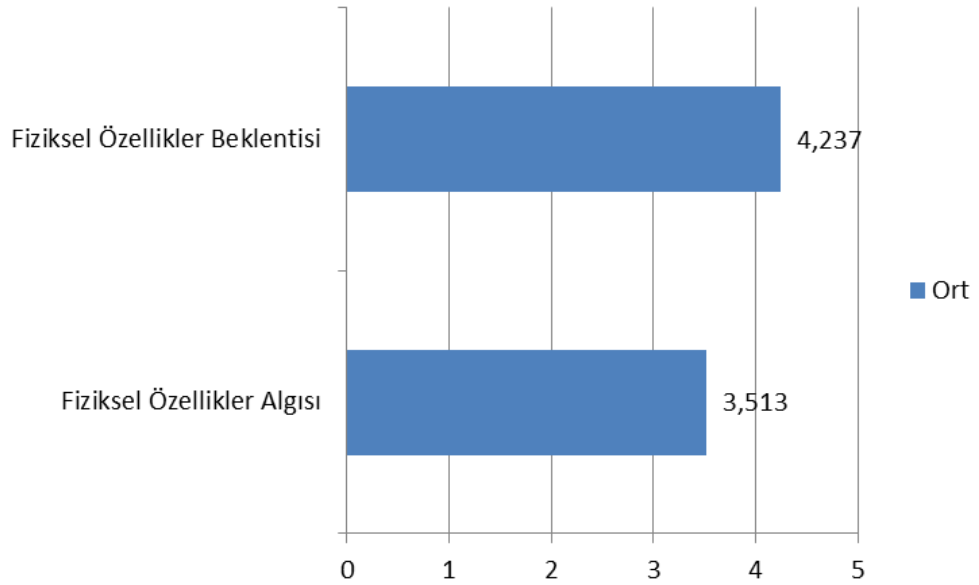
**Şekil-3** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Ortalamaları

### 3.3.3. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan ve Beklenen Hizmet Kalite Düzeyleri Arasındaki Eşleştirilmiş Grup T-Testi Sonuçları

**Tablo-14** Fiziksel Özellikler Algısı ile Fiziksel Özellikler Beklentisi Arasındaki Fark

Gruplar	N	Ort	Ss	t	p
Fiziksel Özellikler Algısı	320	3,513	0,916	-10,123	<b>0,000</b>
Fiziksel Özellikler Beklentisi	320	4,237	0,818		

Mükelleflerin hizmet kalite algı ve beklentilerinin fiziksel özellikler boyutu açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek için eşleştirilmiş grup t-testi yapılmıştır. Test sonucunda, mükelleflerin fiziksel özellikler algıları ve beklentileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ( $t=-10,123$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Mükelleflerin fiziksel özellikler algı ortalaması 3,513 fiziksel özellikler beklenti ortalaması 4,237'dir. Bu bulguya göre " $H_1$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin fiziksel özelliklerine ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir" doğrulanarak kabul edilmiştir.

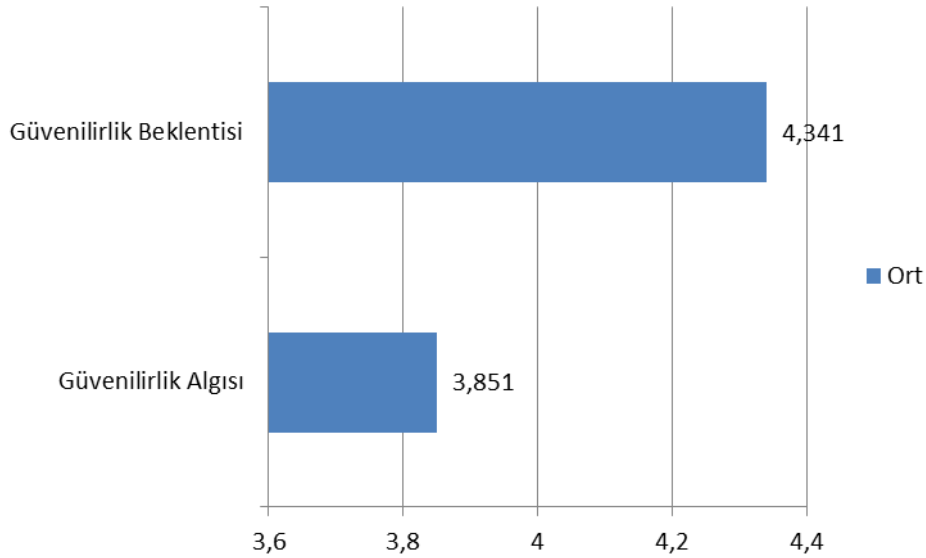


**Şekil-4** Fiziksel Özellikler Algısı ile Fiziksel Özellikler Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği

**Tablo-15** Güvenilirlik Algısı ile Güvenilirlik Beklentisi Arasındaki Fark

Gruplar	N	Ort	Ss	t	p
Güvenilirlik Algısı	320	3,851	0,993	-6,620	<b>0,000</b>
Güvenilirlik Beklentisi	320	4,341	0,816		

Mükelleflerin güvenilirlik algısı ile güvenilirlik beklentisi arasındaki farklılıkları istatistiksel açıdan incelemek için yapılan eşleştirilmiş grup t testi sonucunda, güvenilirlik algısı ile güvenilirlik beklentisi ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $t=-6,620$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Güvenilirlik algısı ortalaması ( $x=3,851$ ) güvenilirlik beklentisi ortalamasından ( $x=4,341$ ) düşüktür. Bu bulguya göre “ $H_2$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin güvenilirlik boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir” doğrulanarak kabul edilmiştir.



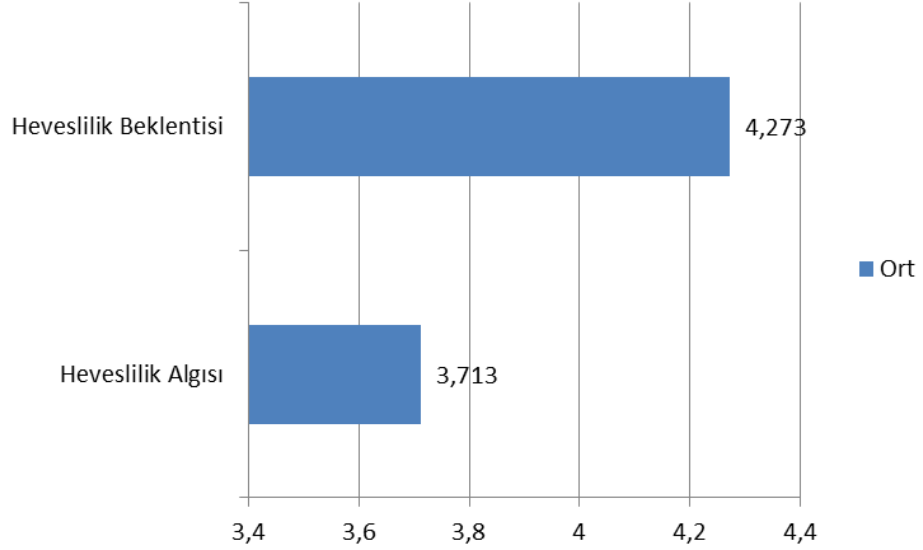
**Şekil-5** Güvenilirlik Algısı ile Güvenilirlik Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği

**Tablo-16** Heveslilik Algısı ile Heveslilik Beklentisi Arasındaki Fark

Gruplar	N	Ort	Ss	t	p
Heveslilik Algısı	320	3,713	1,034	-7,181	<b>0,000</b>
Heveslilik Beklentisi	320	4,273	0,743		

Mükelleflerin heveslilik algı ve heveslilik beklentisi düzeylerinin istatistiksel açıdan farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemek için yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucunda, heveslilik algı ve beklenti düzeylerinde istatistiksel açıdan anlamlı

farklılık olduğu saptanmıştır ( $t=-7,181$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Heveslilik algısı ortalaması ( $x=3,713$ ) heveslilik beklentisi ortalamasından ( $x=4,273$ ) düşüktür. Bu bulguya göre “ $H_3$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin heveslilik boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir” doğrulanarak kabul edilmiştir.

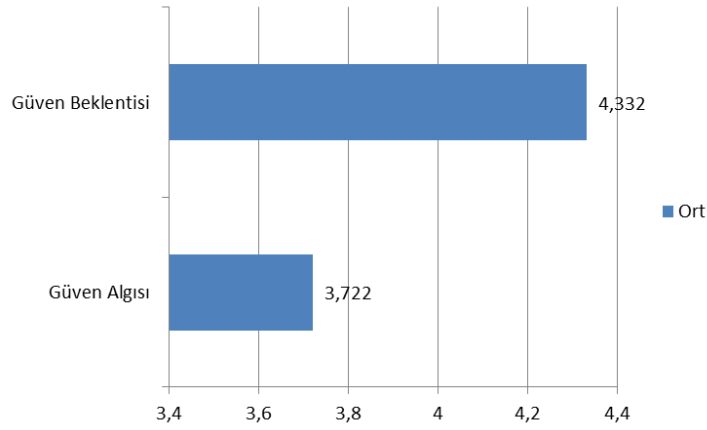


**Şekil-6** Heveslilik Algısı ile Heveslilik Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği

**Tablo-17** Güven Algısı ile Güven Beklentisi Arasındaki Fark

Gruplar	N	Ort	Ss	t	p
Güven Algısı	320	3,722	1,076	-8,132	<b>0,000</b>
Güven Beklentisi	320	4,332	0,697		

Mükelleflerin vergi dairesinden aldıkları hizmetlerin kalitesine ilişkin güven algıları ile güven beklentileri ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını incelemek için eşleştirilmiş grup t-testi yapılmıştır. Test sonucunda, güven algı ve güven beklenti düzeyleri ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ( $t=-8,132$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Güven algısı ortalaması ( $x=3,722$ ) güven beklentisi ortalamasından ( $x=4,332$ ) düşüktür. Bu bulguya göre “ $H_4$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin güven boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir” doğrulanarak kabul edilmiştir.

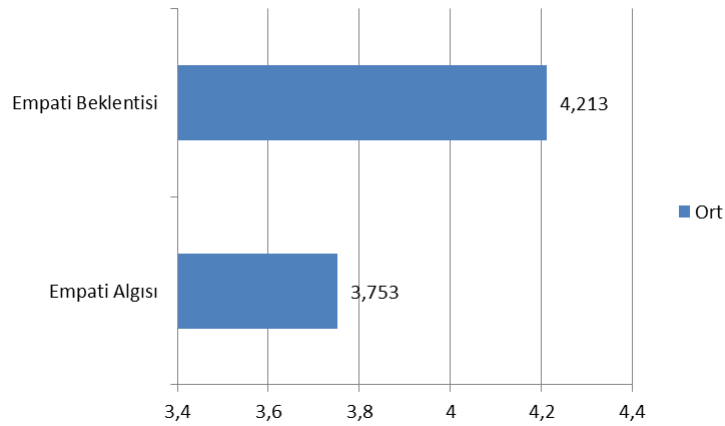


**Şekil-7** Güven Algısı ile Güven Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği

**Tablo-18** Empati Algısı ile Empati Beklentisi Arasındaki Fark

Gruplar	N	Ort	Ss	t	p
Empati Algısı	320	3,753	0,977	-6,100	<b>0,000</b>
Empati Beklentisi	320	4,213	0,816		

Mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerinin kalitesine ilişkin empati algısı ile empati beklentisi ortalamaları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını incelemek için eşleştirilmiş grup t-testi yapılmıştır. Test sonucunda, empati algısı ve empati beklentisi ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ( $t=-6,100$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Empati algısı ortalaması ( $x=3,753$ ) empati beklentisi ortalamasından ( $x=4,213$ ) düşüktür. Bu bulguya göre “ $H_5$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin empati boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir” doğrulanarak kabul edilmiştir.

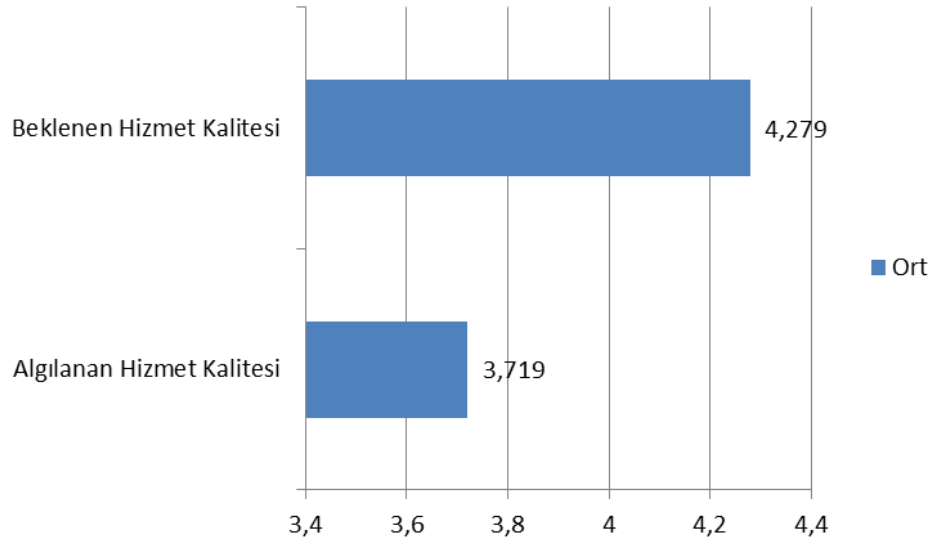


**Şekil-8** Empati Algısı ile Empati Beklentisi Arasındaki Fark Grafiği

**Tablo-19** Algılanan Hizmet Kalitesi ile Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki Fark

Gruplar	N	Ort	Ss	t	p
Algılanan Hizmet Kalitesi	320	3,719	0,854	-8,631	<b>0,000</b>
Beklenen Hizmet Kalitesi	320	4,279	0,656		

Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin, vergi dairesi hizmetlerine ilişkin algıladıkları hizmet kalitesi ile bekledikleri hizmet arasında anlamlı farklılık olup olmadığını incelemek için yapılan eşleştirilmiş grup t-testi sonucunda, mükelleflerin hizmet kalite algı ve beklentilerinin ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $t=-8,631$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Algılanan hizmet kalitesi ortalaması ( $x=3,719$ ) beklenen hizmet kalitesi ortalamasından ( $x=4,279$ ) düşüktür. Bu bulguya göre “ $H_6$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin genel kalitesine ilişkin beklentileri, kalite algılarından yüksektir” doğrulanarak kabul edilmiştir.



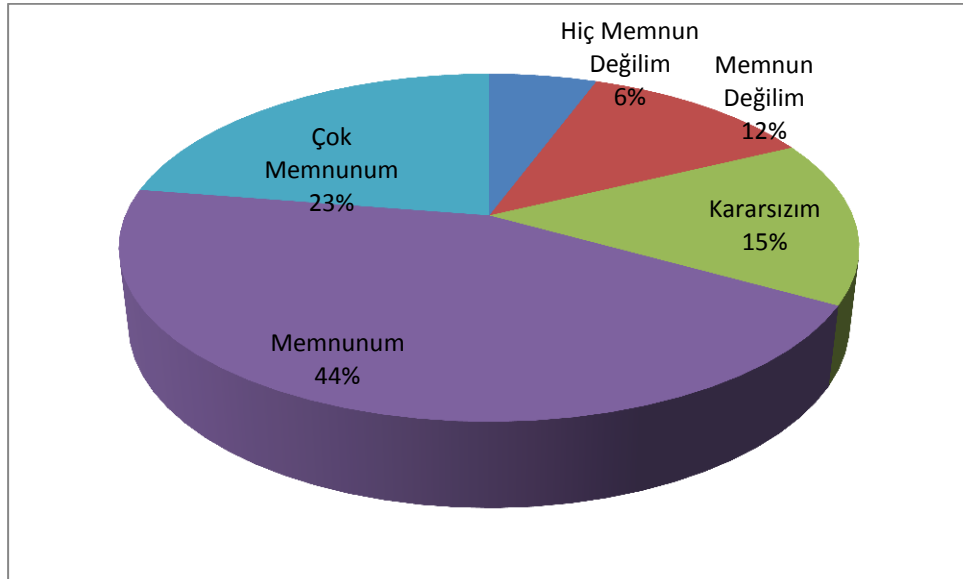
**Şekil-9** Algılanan Hizmet Kalitesi İle Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki Fark Grafiği

### 3.3.4. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesi Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ve Algılanan ve Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Memnuniyetlerine Göre Ortalamaları

**Tablo-20** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesi Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerinin Dağılımları

Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Hiç Memnun Değilim	18	5,6
Memnun Değilim	39	12,2
Kararsızım	49	15,3
Memnunum	142	44,4
Çok Memnunum	72	22,5
Toplam	320	100,0

Mükellefler vergi dairesinden aldığı hizmetten memnuniyet düzeyi değişkenine göre 18'i (%5,6) hiç memnun değilim, 39'u (%12,2) memnun değilim, 49'u (%15,3) kararsızım, 142'si (%44,4) memnunum, 72'si (%22,5) çok memnunum olarak dağılmaktadır.



**Şekil - 10** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Vergi Dairesi Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeylerinin Dağılımları



**Tablo-21.** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Aldığı Hizmetten Memnuniyet Düzeyine Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Algısı	Hiç Memnun Değilim	18	3,250	1,225	7,549	<b>0,000</b>	4 > 2 4 > 3 5 > 3
	Memnun Değilim	39	3,244	1,011			
	Kararsızım	49	3,020	0,705			
	Memnunum	142	3,722	0,775			
	Çok Memnunum	72	3,646	1,003			
Güvenilirlik Algısı	Hiç Memnun Değilim	18	3,867	1,040	16,573	<b>0,000</b>	4 > 2 5 > 2 1 > 3 4 > 3 5 > 3
	Memnun Değilim	39	3,292	1,327			
	Kararsızım	49	3,127	1,152			
	Memnunum	142	4,054	0,719			
	Çok Memnunum	72	4,242	0,732			
Heveslilik Algısı	Hiç Memnun Değilim	18	3,542	0,884	15,967	<b>0,000</b>	4 > 2 5 > 2 4 > 3 5 > 3
	Memnun Değilim	39	3,167	1,142			
	Kararsızım	49	2,969	1,189			
	Memnunum	142	4,042	0,783			
	Çok Memnunum	72	3,910	0,965			
Güven Algısı	Hiç Memnun Değilim	18	2,958	1,332	20,696	<b>0,000</b>	4 > 1 5 > 1 4 > 2 5 > 2 4 > 3 5 > 3
	Memnun Değilim	39	3,378	1,103			
	Kararsızım	49	2,867	1,101			
	Memnunum	142	3,951	0,861			
	Çok Memnunum	72	4,229	0,867			
Empati Algısı	Hiç Memnun Değilim	18	3,533	0,925	27,357	<b>0,000</b>	4 > 1 4,5 > 2 1,2,4,5 > 3
	Memnun Değilim	39	3,323	1,160			
	Kararsızım	49	2,784	0,902			
	Memnunum	142	4,151	0,698			
	Çok Memnunum	72	3,914	0,860			
Algılanan Hizmet Kalitesi	Hiç Memnun Değilim	18	3,455	0,928	23,607	<b>0,000</b>	4 > 1 4 > 2 5 > 2 4 > 3 5 > 3
	Memnun Değilim	39	3,283	1,024			
	Kararsızım	49	2,954	0,851			
	Memnunum	142	3,995	0,620			
	Çok Memnunum	72	3,996	0,708			

Araştırmada mükelleflerin hizmet kalite algılarının vergi dairesinden aldığı hizmetten memnuniyet düzeyine göre farklılaşma durumu Anova testi ile incelenmiştir. Test sonucunda mükelleflerin memnuniyet durumlarının ortalamaları arasında istatistiksel açıdan farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için post-hoc analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda, en yüksek kalite algısına, vergi dairesinden aldıkları hizmetlerden memnun ve çok memnun olan müşterilerin olduğu belirlenmiştir. Bu bulguya göre “H<sub>7</sub>: Vergi

daresinden hizmet alan mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerine ilişkin kalite beklentileri aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyine göre farklılık göstermektedir“ kabul edilerek doğrulanmıştır.

**Tablo-22** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Aldığı Hizmetten Memnuniyet Düzeyine Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Beklentisi	Hiç Memnun Değilim	18	3,958	0,990	4,297	<b>0,002</b>	<b>5 &gt; 3</b>
	Memnun Değilim	39	4,263	0,714			
	Kararsızım	49	3,949	0,903			
	Memnunum	142	4,224	0,834			
	Çok Memnunum	72	4,514	0,640			
Güvenilirlik Beklentisi	Hiç Memnun Değilim	18	4,100	0,978	3,232	<b>0,013</b>	<b>4 &gt; 3</b> <b>5 &gt; 3</b>
	Memnun Değilim	39	4,287	0,773			
	Kararsızım	49	4,033	1,009			
	Memnunum	142	4,413	0,790			
	Çok Memnunum	72	4,500	0,630			
Heveslilik Beklentisi	Hiç Memnun Değilim	18	4,042	0,921	1,847	0,120	
	Memnun Değilim	39	4,167	0,731			
	Kararsızım	49	4,107	0,820			
	Memnunum	142	4,354	0,740			
	Çok Memnunum	72	4,344	0,629			
Güven Beklentisi	Hiç Memnun Değilim	18	4,083	0,959	2,014	0,092	
	Memnun Değilim	39	4,359	0,609			
	Kararsızım	49	4,209	0,704			
	Memnunum	142	4,315	0,733			
	Çok Memnunum	72	4,497	0,556			
Empati Beklentisi	Hiç Memnun Değilim	18	3,700	1,020	4,516	<b>0,001</b>	<b>5 &gt; 1</b> <b>5 &gt; 2</b>
	Memnun Değilim	39	4,015	0,890			
	Kararsızım	49	4,110	0,806			
	Memnunum	142	4,239	0,829			
	Çok Memnunum	72	4,467	0,590			
Beklenen Hizmet Kalitesi	Hiç Memnun Değilim	18	3,970	0,904	3,906	<b>0,004</b>	<b>5 &gt; 1</b> <b>5 &gt; 3</b>
	Memnun Değilim	39	4,212	0,569			
	Kararsızım	49	4,081	0,713			
	Memnunum	142	4,311	0,669			
	Çok Memnunum	72	4,466	0,488			

Araştırmaya katılan mükelleflerin hizmet kalite algılarının ortalamalarının vergi dairesinden aldığı hizmetten memnuniyet düzeyi değişkeni açısından anlamlı olarak farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, “Fiziksel Özellikler Beklentisi”, “Güvenilirlik Beklentisi”, “Empati Beklentisi” ve “Beklenen Hizmet Kalitesi” ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Bu boyutlarda vergi dairesi

hizmetlerinden çok memnun olan mükelleflerin hizmet kalite algılarının memnuniyet konusunda kararsız olan mükelleflerden daha olumlu olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre,  $H_8$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerine ilişkin kalite algıları, aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyine göre farklılık göstermektedir” büyük oranda doğrulanarak kabul edilmiştir.

### 3.3.5. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Tanımlayıcı Özelliklere Göre Ortalamaları

**Tablo-23** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Cinsiyet Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	t	p
Fiziksel Özellikler Algısı	Erkek	192	3,434	0,881	-1,894	0,059
	Kadın	128	3,631	0,959		
Güvenilirlik Algısı	Erkek	192	3,875	0,975	0,537	0,592
	Kadın	128	3,814	1,023		
Heveslilik Algısı	Erkek	192	3,754	0,997	0,861	0,390
	Kadın	128	3,652	1,087		
Güven Algısı	Erkek	192	3,737	1,034	0,307	0,759
	Kadın	128	3,699	1,139		
Empati Algısı	Erkek	192	3,689	0,955	-1,437	0,152
	Kadın	128	3,848	1,005		
Algılanan Hizmet Kalitesi	Erkek	192	3,705	0,814	-0,338	0,735
	Kadın	128	3,738	0,914		

Araştırmaya katılan mükelleflerin hizmet kalite algılarının cinsiyetlerine göre istatistiksel açıdan farklılaşma durumunu incelemek için t-testi yapılmıştır. Test sonucunda, mükelleflerin hizmet kalite algılarını belirleyen tüm boyutların ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ). Bu bulguya göre  $H_9$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir” doğrulanmayarak reddedilmiştir.

**Tablo-24** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Medeni Durumuna Göre Ortalamaları

	<b>Grup</b>	<b>N</b>	<b>Ort</b>	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Fiziksel Özellikler Algısı	Bekar	155	3,548	0,925	0,678	0,498
	Evli	165	3,479	0,910		
Güvenilirlik Algısı	Bekar	155	3,857	1,092	0,107	0,915
	Evli	165	3,845	0,894		
Heveslilik Algısı	Bekar	155	3,700	1,130	-0,222	0,825
	Evli	165	3,726	0,937		
Güven Algısı	Bekar	155	3,605	1,194	-1,894	0,061
	Evli	165	3,832	0,942		
Empati Algısı	Bekar	155	3,733	1,046	-0,347	0,730
	Evli	165	3,771	0,910		
Algılanan Hizmet Kalitesi	Bekar	155	3,698	0,932	-0,410	0,684
	Evli	165	3,738	0,776		

Araştırmaya katılan mükelleflerin medeni durumlarına göre hizmet kalite algılarında farklılaşma olup olmadığının incelenmesi için yapılan t testi sonucunda, mükelleflerin hizmet kalite algı ortalamalarının cinsiyetlerine göre istatistiksel açıdan anlamlı olarak farklılaşmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ). Bu bulguya göre “ $H_{10}$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir” doğrulanmayarak reddedilmiştir.

**Tablo-25** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Yaş Grubuna Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Algısı	20 Yaş ve Altı	19	3,421	1,390	1,887	0,112	
	21 - 30 Yaş	98	3,390	0,856			
	31 - 40 Yaş	89	3,537	0,951			
	41 - 50 Yaş	64	3,461	0,824			
	51 Yaş ve üzeri	50	3,810	0,826			
Güvenilirlik Algısı	20 Yaş ve Altı	19	3,358	1,403	2,969	<b>0,020</b>	<b>5 &gt; 1</b>
	21 - 30 Yaş	98	3,927	0,877			
	31 - 40 Yaş	89	3,692	1,123			
	41 - 50 Yaş	64	3,881	0,943			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,132	0,732			
Heveslilik Algısı	20 Yaş ve Altı	19	3,013	1,147	3,544	<b>0,008</b>	<b>2 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b> <b>5 &gt; 1</b>
	21 - 30 Yaş	98	3,747	1,086			
	31 - 40 Yaş	89	3,590	1,076			
	41 - 50 Yaş	64	3,879	0,924			
	51 Yaş ve üzeri	50	3,920	0,812			
Güven Algısı	20 Yaş ve Altı	19	2,763	1,355	7,726	<b>0,000</b>	<b>2 &gt; 1</b> <b>3 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b> <b>5 &gt; 1</b> <b>5 &gt; 3</b>
	21 - 30 Yaş	98	3,694	1,179			
	31 - 40 Yaş	89	3,559	0,973			
	41 - 50 Yaş	64	3,914	0,934			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,185	0,784			
Empati Algısı	20 Yaş ve Altı	19	3,295	0,985	2,242	0,064	
	21 - 30 Yaş	98	3,892	0,952			
	31 - 40 Yaş	89	3,629	1,035			
	41 - 50 Yaş	64	3,728	0,850			
	51 Yaş ve üzeri	50	3,904	1,017			
Algılanan Hizmet Kalitesi	20 Yaş ve Altı	19	3,184	1,108	3,750	<b>0,005</b>	<b>5 &gt; 1</b>
	21 - 30 Yaş	98	3,746	0,820			
	31 - 40 Yaş	89	3,607	0,897			
	41 - 50 Yaş	64	3,776	0,795			
	51 Yaş ve üzeri	50	3,993	0,703			

Araştırmada mükelleflerin yaşlarının hizmet kalite algılarında etkisinin olup olmadığını incelemek için yapılan Anova testi sonucunda “Güvenilirlik Algısı”, “Heveslilik Algısı”, “Güven Algısı” ve “Algılanan Hizmet Kalitesi” boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir (p <0.05). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi sonucunda; 51 yaş ve üzerindeki mükelleflerin, vergi dairesi hizmetlerini daha kaliteli algıladıkları, 20 yaş altındakilerin ise vergi dairesi hizmetlerinin kalitesini en düşük algılayan mükellefler olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre “H<sub>11</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.” Büyük oranda doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo -26** Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Öğrenim Durumuna Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Algısı	Ortaokul ve Altı	34	3,699	0,612	2,217	0,086	
	Lise	105	3,550	0,928			
	Lisans	123	3,553	0,956			
	Yüksek Lisans/doktora	58	3,250	0,926			
Güvenilirlik Algısı	Ortaokul ve Altı	34	4,082	0,873	0,751	0,523	
	Lise	105	3,819	0,957			
	Lisans	123	3,847	1,043			
	Yüksek Lisans/doktora	58	3,779	1,020			
Heveslilik Algısı	Ortaokul ve Altı	34	3,956	0,858	1,673	0,173	
	Lise	105	3,669	1,065			
	Lisans	123	3,783	0,893			
	Yüksek Lisans/doktora	58	3,504	1,297			
Güven Algısı	Ortaokul ve Altı	34	3,963	1,023	2,898	<b>0,035</b>	<b>1 &gt; 2</b> <b>3 &gt; 2</b> <b>4 &gt; 2</b>
	Lise	105	3,486	1,181			
	Lisans	123	3,776	0,967			
	Yüksek Lisans/doktora	58	3,892	1,074			
Empati Algısı	Ortaokul ve Altı	34	4,094	0,855	3,671	<b>0,013</b>	<b>1 &gt; 4</b>
	Lise	105	3,859	1,018			
	Lisans	123	3,702	0,869			
	Yüksek Lisans/doktora	58	3,466	1,109			
Algılanan Hizmet Kalitesi	Ortaokul ve Altı	34	3,971	0,737	1,539	0,204	
	Lise	105	3,691	0,877			
	Lisans	123	3,736	0,827			
	Yüksek Lisans/doktora	58	3,582	0,920			

Araştırmaya katılan mükelleflerin hizmet kalite öğrenim durumlarına göre istatistiksel açıdan fark yaratıp yaratmadığını incelemek için Anova testi yapılmıştır.

Test sonucunda, “Güven Algısı” ve “Empati Algısı” boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi yapılmıştır. En yüksek güven algısına ve en düşük empati algısına yüksek lisans/doktora eğitim düzeyindeki mükelleflerin sahip olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre “ $H_{12}$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.” Güven ve empati boyutları açısından kabul edilerek doğrulanmıştır.

**Tablo-27** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Aylık Ortalama Gelir Düzeyine Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Algısı	0-1000 TL	26	3,452	1,136	1,263	0,285	
	1001-2000 TL	76	3,595	0,738			
	2001-3000 TL	64	3,676	0,972			
	3001-4000 TL	85	3,368	0,984			
	4001 ve üzeri	69	3,471	0,855			
Güvenilirlik Algısı	0-1000 TL	26	3,946	0,959	4,612	<b>0,001</b>	3 > 2 3 > 4 3 > 5
	1001-2000 TL	76	3,687	1,079			
	2001-3000 TL	64	4,288	0,650			
	3001-4000 TL	85	3,668	1,076			
	4001 ve üzeri	69	3,815	0,963			
Heveslilik Algısı	0-1000 TL	26	3,173	1,041	8,139	<b>0,000</b>	3 > 1 3 > 2 3 > 4 3 > 5
	1001-2000 TL	76	3,493	1,047			
	2001-3000 TL	64	4,266	0,498			
	3001-4000 TL	85	3,756	1,168			
	4001 ve üzeri	69	3,594	1,009			
Güven Algısı	0-1000 TL	26	3,048	1,449	6,207	<b>0,000</b>	3 > 1 4 > 1 3 > 2
	1001-2000 TL	76	3,523	1,147			
	2001-3000 TL	64	4,113	0,774			
	3001-4000 TL	85	3,874	1,096			
	4001 ve üzeri	69	3,645	0,879			
Empati Algısı	0-1000 TL	26	3,439	1,219	5,489	<b>0,000</b>	3 > 1 3 > 2 3 > 4 3 > 5
	1001-2000 TL	76	3,713	1,009			
	2001-3000 TL	64	4,231	0,606			
	3001-4000 TL	85	3,619	1,017			
	4001 ve üzeri	69	3,635	0,946			
Algılanan Hizmet Kalitesi	0-1000 TL	26	3,437	0,959	5,199	<b>0,000</b>	3 > 1 3 > 2 3 > 4 3 > 5
	1001-2000 TL	76	3,611	0,906			
	2001-3000 TL	64	4,128	0,493			
	3001-4000 TL	85	3,656	0,957			
	4001 ve üzeri	69	3,640	0,782			

Araştırmaya katılan mükelleflerin aylık gelir düzeylerine göre hizmet kalite algılarının anlamlı olarak farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, “Fiziksel Özellikler” boyutu dışındaki hizmet

kalitesi boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi yapılmıştır. “Fiziksel Özellikler” boyutu dışında en yüksek hizmet kalite algısına sahip olan mükelleflerin aylık ortalama 2001-3000 TL gelir düzeyinde olan mükelleflerin olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre;  $H_{13}$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir” büyük oranda doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo-28** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Hizmet Alma Süresine Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Algısı	1 Yıl	74	3,071	0,958	9,446	<b>0,000</b>	<b>3 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b>
	2 Yıl	25	3,320	1,217			
	3 Yıl	48	3,755	0,700			
	4 Yıl ve üzeri	173	3,662	0,836			
Güvenilirlik Algısı	1 Yıl	74	3,516	1,198	4,948	<b>0,002</b>	<b>3 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b>
	2 Yıl	25	3,616	1,177			
	3 Yıl	48	4,050	1,005			
	4 Yıl ve üzeri	173	3,972	0,818			
Heveslilik Algısı	1 Yıl	74	3,382	1,263	5,493	<b>0,001</b>	<b>3 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b>
	2 Yıl	25	3,430	1,385			
	3 Yıl	48	4,047	0,872			
	4 Yıl ve üzeri	173	3,804	0,854			
Güven Algısı	1 Yıl	74	3,541	1,162	5,257	<b>0,001</b>	<b>3 &gt; 1</b> <b>3 &gt; 2</b>
	2 Yıl	25	3,260	1,387			
	3 Yıl	48	4,172	1,023			
	4 Yıl ve üzeri	173	3,741	0,958			
Empati Algısı	1 Yıl	74	3,465	1,016	4,813	<b>0,003</b>	<b>3 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b>
	2 Yıl	25	3,456	1,280			
	3 Yıl	48	4,025	0,845			
	4 Yıl ve üzeri	173	3,843	0,911			
Algılanan Hizmet Kalitesi	1 Yıl	74	3,404	0,946	7,344	<b>0,000</b>	<b>3 &gt; 1</b> <b>4 &gt; 1</b> <b>3 &gt; 2</b>
	2 Yıl	25	3,427	1,196			
	3 Yıl	48	4,012	0,805			
	4 Yıl ve üzeri	173	3,814	0,713			

Araştırmada mükelleflerin vergi dairesinden hizmet alma sürelerine göre hizmet kalite algıları Anova testi ile incelenmiştir. Test sonucunda mükelleflerin hizmet kalite algılarını belirleyen tüm boyutlarda hizmet alma sürelerine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi sonucunda; 3 yıl ve



üzerinde vergi dailerinden hizmet alan mükelleflerin hizmet kalite algılarının daha az süre hizmet alanlardan daha olumlu olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre; “H<sub>14</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, vergi dairesinden hizmet aldıkları yıllara göre farklılık göstermektedir.” doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo-29** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Algılanan Hizmet Kalite Düzeylerinin Hizmet Aldığı Vergi Dairesi Göre Ortalamaları

	<b>Grup</b>	<b>N</b>	<b>Ort</b>	<b>Ss</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
Fiziksel	Erenköy Vergi Dairesi	55	3,659	0,894	3,340	<b>0,006</b>	<b>3 &gt; 2</b>

Özellikler Algısı	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	3,320	1,259			3 > 4
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,100	0,960			3 > 6
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	3,422	0,871			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	3,588	0,642			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	3,345	0,536			
Güvenilirlik Algısı	Erenköy Vergi Dairesi	55	3,800	0,951	3,559	<b>0,004</b>	3 > 6
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	3,879	1,031			4 > 6
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,200	0,768			
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	3,969	0,915			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	3,700	0,902			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	3,235	1,363			
Heveslilik Algısı	Erenköy Vergi Dairesi	55	3,682	0,813	3,106	<b>0,009</b>	3 > 6
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	3,721	0,945			4 > 6
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,150	0,500			
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	3,797	1,139			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	3,603	0,975			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	3,129	1,217			
Güven Algısı	Erenköy Vergi Dairesi	55	3,791	0,612	3,218	<b>0,008</b>	1 > 6
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	3,570	1,230			3 > 6
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,030	0,690			4 > 6
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	3,855	1,112			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	3,588	0,894			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	3,095	1,526			
Empati Algısı	Erenköy Vergi Dairesi	55	3,731	0,914	2,356	<b>0,040</b>	4 > 6
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	3,749	0,906			
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,016	0,544			
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	3,864	0,982			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	3,553	1,032			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	3,290	1,240			
Algılanan Hizmet Kalitesi	Erenköy Vergi Dairesi	55	3,736	0,710	3,439	<b>0,005</b>	3 > 6
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	3,663	0,977			4 > 6
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,100	0,646			
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	134	3,793	0,808			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	3,608	0,755			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	3,223	1,161			

Araştırmaya katılan mükelleflerin hizmet kalite algılarının hizmet aldığı vergi dairesi değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan Anova testi sonucunda, tüm hizmet kalite boyutlarında açıdan

anamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığın nedenini belirlemek için yapılan post-hoc analizi sonucunda; Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi mükelleflerinin, vergi dairesinden aldıkları hizmetleri en kaliteli algılayan mükellefler oldukları, Kadıköy Vergi Dairesi mükelleflerinin ise vergi dairesi hizmetlerinin kalitesinin en düşük algılayanlar oldukları saptanmıştır. Bu bulguya göre, “H<sub>15</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, hizmet aldıkları vergi dairelerine göre farklılık göstermektedir” doğrulanarak kabul edilmiştir.

### 3.3.6. Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Ortalamaları

**Tablo - 30 Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Cinsiyete Göre Ortalamaları**

	Grup	N	Ort	Ss	t	p
Fiziksel Özellikler Beklentisi	Erkek	192	4,225	0,789	-0,307	0,759
	Kadın	128	4,254	0,861		
Güvenilirlik Beklentisi	Erkek	192	4,250	0,788	-2,470	<b>0,014</b>
	Kadın	128	4,478	0,840		
Heveslilik Beklentisi	Erkek	192	4,201	0,739	-2,161	<b>0,031</b>
	Kadın	128	4,383	0,740		
Güven Beklentisi	Erkek	192	4,232	0,704	-3,195	<b>0,001</b>
	Kadın	128	4,482	0,663		
Empati Beklentisi	Erkek	192	4,107	0,826	-2,875	<b>0,004</b>
	Kadın	128	4,372	0,776		
Beklenen Hizmet Kalitesi	Erkek	192	4,201	0,653	-2,643	<b>0,009</b>
	Kadın	128	4,397	0,644		

Araştırmada mükelleflerin cinsiyetlerine göre hizmet kalite beklentilerinin farklılaşp farklılaşmadığı t testi ile incelenmiştir. Test sonucunda mükelleflerin “Fiziksel Özellikler Beklentisi” dışındaki boyutlarda istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Kadın mükelleflerin hizmet kalite algıları, “Fiziksel Özellikler Beklentisi” dışında erkek mükelleflerden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre “H<sub>16</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir” büyük oranda doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo-31** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Medeni Durumuna Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	t	p
Fiziksel Özellikler Beklentisi	Bekar	155	4,323	0,764	1,827	0,068
	Evli	165	4,156	0,860		
Güvenilirlik Beklentisi	Bekar	155	4,502	0,782	3,474	<b>0,001</b>
	Evli	165	4,190	0,820		
Heveslilik Beklentisi	Bekar	155	4,376	0,682	2,405	<b>0,016</b>
	Evli	165	4,177	0,787		
Güven Beklentisi	Bekar	155	4,360	0,744	0,687	0,493
	Evli	165	4,306	0,652		
Empati Beklentisi	Bekar	155	4,183	0,873	-0,635	0,528
	Evli	165	4,241	0,760		
Beklenen Hizmet Kalitesi	Bekar	155	4,348	0,648	1,831	0,068
	Evli	165	4,214	0,658		

Mükelleflerin medeni durumları açısından hizmet kalite beklentileri t testi ile incelenmiştir. Test sonucunda, “Güvenilirlik Beklentisi” ve “Heveslilik Beklentisi” boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu, bekar mükelleflerin bu boyutlara ilişkin beklentilerinin evli mükelleflerden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre “H<sub>17</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir”, “Güvenilirlik Beklentisi” ve “Heveslilik Beklentisi” boyutlarında kabul edilerek doğrulanmıştır.

**Tablo - 32** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Yaş Grubuna Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler	20 Yaş ve Altı	19	3,974	0,996	2,722	<b>0,030</b>	<b>3 &gt; 1</b>

Beklentisi	21 - 30 Yaş	98	4,240	0,747			3 > 4 3 > 5
	31 - 40 Yaş	89	4,449	0,629			
	41 - 50 Yaş	64	4,117	0,872			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,105	1,025			
Güvenilirlik Beklentisi	20 Yaş ve Altı	19	4,084	0,939	2,122	0,078	
	21 - 30 Yaş	98	4,318	0,832			
	31 - 40 Yaş	89	4,512	0,588			
	41 - 50 Yaş	64	4,356	0,867			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,160	0,967			
Heveslilik Beklentisi	20 Yaş ve Altı	19	4,290	0,668	0,724	0,576	
	21 - 30 Yaş	98	4,232	0,655			
	31 - 40 Yaş	89	4,371	0,662			
	41 - 50 Yaş	64	4,281	0,896			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,165	0,857			
Güven Beklentisi	20 Yaş ve Altı	19	4,408	0,898	0,898	0,465	
	21 - 30 Yaş	98	4,291	0,604			
	31 - 40 Yaş	89	4,292	0,686			
	41 - 50 Yaş	64	4,469	0,640			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,280	0,861			
Empati Beklentisi	20 Yaş ve Altı	19	3,958	1,203	1,482	0,207	
	21 - 30 Yaş	98	4,114	0,819			
	31 - 40 Yaş	89	4,256	0,731			
	41 - 50 Yaş	64	4,369	0,798			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,228	0,782			
Beklenen Hizmet Kalitesi	20 Yaş ve Altı	19	4,132	0,607	1,149	0,333	
	21 - 30 Yaş	98	4,237	0,612			
	31 - 40 Yaş	89	4,377	0,533			
	41 - 50 Yaş	64	4,322	0,748			
	51 Yaş ve üzeri	50	4,188	0,808			

Araştırmaya katılan mükelleflerin yaşlarına göre hizmet kalite beklentilerinde fark olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan Anova testi sonucunda, sadece “Fiziksel Özellikler Beklentisi” boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için post-hoc analizi yapılmıştır. Yaş grubu 31 - 40 yaş olan mükelleflerin fiziksel özellikler beklentisinin diğer yaş gruplarındaki mükelleflerden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu bulguya göre “H<sub>18</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, yaşlarına göre farklılık göstermektedir”, sadece “Fiziksel Özellikler Beklentisi” boyutunda doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo-33** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Öğrenim Durumuna Göre Ortalamaları

	<b>Grup</b>	<b>N</b>	<b>Ort</b>	<b>Ss</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>Fark</b>
Fiziksel Özellikler Beklentisi	Ortaokul ve Altı	34	4,412	0,642	3,908	<b>0,009</b>	<b>4 &gt; 2</b> <b>4 &gt; 3</b>
	Lise	105	4,107	0,725			
	Lisans	123	4,171	0,937			
	Yüksek Lisans/doktora	58	4,509	0,728			
Güvenilirlik Beklentisi	Ortaokul ve Altı	34	4,594	0,628	1,234	0,297	
	Lise	105	4,322	0,708			
	Lisans	123	4,309	0,934			
	Yüksek Lisans/doktora	58	4,297	0,819			
Heveslilik Beklentisi	Ortaokul ve Altı	34	3,956	0,689	3,332	<b>0,020</b>	<b>3 &gt; 1</b>
	Lise	105	4,243	0,629			
	Lisans	123	4,396	0,789			
	Yüksek Lisans/doktora	58	4,254	0,819			
Güven Beklentisi	Ortaokul ve Altı	34	4,140	0,625	1,906	0,129	
	Lise	105	4,281	0,693			
	Lisans	123	4,364	0,743			
	Yüksek Lisans/doktora	58	4,470	0,623			
Empati Beklentisi	Ortaokul ve Altı	34	3,971	0,666	2,271	0,080	
	Lise	105	4,130	0,886			
	Lisans	123	4,288	0,816			
	Yüksek Lisans/doktora	58	4,348	0,728			
Beklenen Hizmet Kalitesi	Ortaokul ve Altı	34	4,221	0,477	0,841	0,473	
	Lise	105	4,217	0,518			
	Lisans	123	4,305	0,776			
	Yüksek Lisans/doktora	58	4,371	0,689			

Mükelleflerin öğrenim durumlarına göre hizmet kalite beklentilerinde farklılaşma olup olmadığını belirlemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, “Fiziksel Özellikler Beklentisi” ve Heveslilik Beklentisi” düzeylerinde istatistiksel

açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları tespit etmek amacıyla yapılan post-hoc analizi sonucunda, öğrenim durumu yüksek lisans/doktora olan mükelleflerin fiziksel özellikler beklentilerinin, lise ve lisans mezunu olanlardan daha yüksek olduğu, lisans mezunu olan mükelleflerin de heveslilik beklentilerinin ortaokul ve altı öğrenim durumundaki mükelleflerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulara göre, “H<sub>19</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir”, “Fiziksel Özellikler Beklentisi” ve Heveslilik Beklentisi” boyutlarında kabul edilerek doğrulanmıştır.

**Tablo-34** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Aylık Ortalama Gelir Düzeyine Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark			
Fiziksel Özellikler Beklentisi	0-1000 TL	26	4,375	0,491	1,769	0,135				
	1001-2000 TL	76	4,174	0,748						
	2001-3000 TL	64	4,254	0,867						
	3001-4000 TL	85	4,094	0,890						
	4001 ve üzeri	69	4,413	0,829						
Güvenilirlik Beklentisi	0-1000 TL	26	4,585	0,557	7,927	<b>0,000</b>	<b>1 &gt; 4</b>			
	1001-2000 TL	76	4,526	0,706				<b>2 &gt; 4</b>		
	2001-3000 TL	64	4,397	0,715					<b>3 &gt; 4</b>	
	3001-4000 TL	85	3,941	0,934						<b>5 &gt; 4</b>
	4001 ve üzeri	69	4,487	0,788						
Heveslilik Beklentisi	0-1000 TL	26	4,087	0,463	3,985	<b>0,004</b>	<b>2 &gt; 4</b>			
	1001-2000 TL	76	4,418	0,671				<b>5 &gt; 4</b>		
	2001-3000 TL	64	4,363	0,736						
	3001-4000 TL	85	4,041	0,750						
	4001 ve üzeri	69	4,388	0,834						
Güven Beklentisi	0-1000 TL	26	4,269	0,707	2,591	<b>0,037</b>	<b>5 &gt; 4</b>			
	1001-2000 TL	76	4,313	0,736						
	2001-3000 TL	64	4,387	0,707						
	3001-4000 TL	85	4,174	0,678						
	4001 ve üzeri	69	4,522	0,630						
Empati Beklentisi	0-1000 TL	26	3,715	1,029	4,696	<b>0,001</b>	<b>3 &gt; 1</b>			
	1001-2000 TL	76	4,129	0,761				<b>5 &gt; 1</b>		
	2001-3000 TL	64	4,341	0,757						
	3001-4000 TL	85	4,158	0,828						
	4001 ve üzeri	69	4,444	0,735						
Beklenen Hizmet Kalitesi	0-1000 TL	26	4,201	0,278	3,634	<b>0,007</b>	<b>5 &gt; 4</b>			
	1001-2000 TL	76	4,313	0,634						
	2001-3000 TL	64	4,350	0,588						
	3001-4000 TL	85	4,079	0,731						
	4001 ve üzeri	69	4,452	0,689						



Mükelleflerin aylık ortalama gelir düzeyleri açısından hizmet kalite beklentileri yapılan Anova testi ile incelenmiştir. Test sonucunda, “Fiziksel Özellikler Beklentisi” dışındaki boyutlarda istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için post-hoc analizi yapılmıştır. Aylık ortalama gelir düzeyi 4001 ve üzeri olan mükelleflerin hizmet kalite beklentileri en yüksek mükellefler olduğu belirlenmiştir. Bu bulguya göre “H<sub>20</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir” , “Fiziksel Özellikler Beklentisi” dışındaki boyutlar açısından doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo-35** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Vergi Dairesinden Hizmet Alma Süresine Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Beklentisi	1 Yıl	74	4,716	0,389	14,428	<b>0,000</b>	<b>1 &gt; 3</b> <b>1 &gt; 4</b>
	2 Yıl	25	4,380	0,740			
	3 Yıl	48	3,917	0,943			
	4 Yıl ve üzeri	173	4,100	0,841			
Güvenilirlik Beklentisi	1 Yıl	74	4,630	0,579	8,423	<b>0,000</b>	<b>1 &gt; 3</b> <b>4 &gt; 3</b> <b>1 &gt; 4</b>
	2 Yıl	25	4,376	0,724			
	3 Yıl	48	3,896	1,021			
	4 Yıl ve üzeri	173	4,336	0,801			
Heveslilik Beklentisi	1 Yıl	74	4,571	0,559	5,670	<b>0,001</b>	<b>1 &gt; 4</b>
	2 Yıl	25	4,220	0,879			
	3 Yıl	48	4,266	0,723			
	4 Yıl ve üzeri	173	4,156	0,768			
Güven Beklentisi	1 Yıl	74	4,578	0,515	6,501	<b>0,000</b>	<b>1 &gt; 3</b> <b>1 &gt; 4</b>
	2 Yıl	25	4,590	0,432			
	3 Yıl	48	4,172	0,724			
	4 Yıl ve üzeri	173	4,234	0,753			
Empati Beklentisi	1 Yıl	74	4,373	0,653	4,690	<b>0,003</b>	<b>2 &gt; 4</b>
	2 Yıl	25	4,648	0,517			
	3 Yıl	48	4,150	0,751			
	4 Yıl ve üzeri	173	4,099	0,899			
Beklenen Hizmet Kalitesi	1 Yıl	74	4,567	0,438	8,545	<b>0,000</b>	<b>1 &gt; 3</b> <b>1 &gt; 4</b>
	2 Yıl	25	4,449	0,569			
	3 Yıl	48	4,075	0,760			
	4 Yıl ve üzeri	173	4,188	0,673			

Araştırmaya katılan mükelleflerin hizmet kalite beklentilerinin vergi dairesinden hizmet alma süresi değişkeni açısından anlamlı olarak farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, ortalamalar

arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için post-hoc analizi yapılmıştır. Vergi dairesinden hizmet alma süresi 2 yıl olan mükelleflerin, empati beklentisi en yüksek olan mükellefler olduğu, diğer boyutlarda ise en yüksek beklentiye hizmet alma süreleri 1 yıl olan mükelleflerin olduğu saptanmıştır. Bu bulgulara göre “ $H_{21}$ : Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, vergi dairesinden hizmet aldıkları yıllara göre farklılık göstermektedir” doğrulanarak kabul edilmiştir.

**Tablo-36** Araştırmaya Katılan Mükelleflerin Beklenen Hizmet Kalite Düzeylerinin Hizmet Aldığı Vergi Dairesi Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Fiziksel Özellikler Beklentisi	Erenköy Vergi Dairesi	55	4,673	0,591	6,156	<b>0,000</b>	1 > 3
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	4,355	0,557			2 > 3
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	3,740	1,062			1 > 4
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	13 4	4,127	0,843			1 > 6
	Göztepe Vergi Dairesi	34	4,250	0,983			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	4,155	0,565			
Güvenilirlik Beklentisi	Erenköy Vergi Dairesi	55	4,891	0,315	10,802	<b>0,000</b>	1 > 2
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	4,442	0,572			1 > 3
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,064	0,802			6 > 3
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	13 4	4,088	0,921			1 > 4
	Göztepe Vergi Dairesi	34	4,241	0,957			6 > 4
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	4,676	0,360			1 > 5
Heveslilik Beklentisi	Erenköy Vergi Dairesi	55	4,768	0,408	12,168	<b>0,000</b>	1 > 3
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	4,547	0,504			1 > 4
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,250	0,484			2 > 4
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	13 4	4,009	0,796			6 > 4
	Göztepe Vergi Dairesi	34	4,044	0,910			1 > 5
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	4,440	0,622			2 > 5
Güven Beklentisi	Erenköy Vergi Dairesi	55	4,632	0,546	7,939	<b>0,000</b>	1 > 4
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	4,581	0,508			2 > 4
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,340	0,572			6 > 4
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	13 4	4,103	0,707			1 > 5
	Göztepe Vergi Dairesi	34	4,199	0,941			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	4,603	0,507			
Empati Beklentisi	Erenköy Vergi Dairesi	55	4,495	0,685	4,526	<b>0,001</b>	1 > 4
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	4,261	0,798			
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,424	0,504			
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	13 4	3,984	0,864			
	Göztepe Vergi Dairesi	34	4,247	0,900			
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	4,448	0,698			
Beklenen Hizmet Kalitesi	Erenköy Vergi Dairesi	55	4,692	0,443	9,721	<b>0,000</b>	1 > 3
	Kozyatağı Vergi Dairesi	43	4,429	0,493			1 > 4
	Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi	25	4,171	0,571			2 > 4
	Rihtim Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi	13 4	4,060	0,673			6 > 4
	Göztepe Vergi Dairesi	34	4,201	0,865			1 > 5
	Kadıköy Vergi Dairesi	29	4,473	0,428			

Hizmet alınan vergi dairesinin mükelleflerin hizmet kalite algısında farklılık yaratıp yaratmadığını incelemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, hizmet alınan vergi dairelerine göre tüm hizmet kalite istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu saptanmıştır ( $p < 0.05$ ). Farklılığı oluşturan vergi dairelerini belirlemek için yapılan post-hoc analizi sonucunda, en yüksek beklentiye Erenköy Vergi Dairesi'nden hizmet alan mükelleflerin sahip olduğu, en düşük beklentiye ise Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi ile Rıhtım Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi mükelleflerinin sahip olduğu saptanmıştır. Bu bulgulara göre “H<sub>22</sub>: Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, hizmet aldıkları vergi dairelerine göre farklılık göstermektedir” doğrulanarak kabul edilmiştir.

## SONUÇ

Kamu hizmetleri, devletin vatandaşların temel ihtiyaçlarını karşılamak için verilen hizmetler olarak tanımlanabilir. Kamu hizmetleri, kamuda çalışan görevliler tarafından, ilgili mevzuat ve yasal düzenlemeler çerçevesinde verilmektedir. Kamunun hizmet verdiği alanlardan birisi vergi daireleridir. Vergi dairelerinde vatandaşların ödeyecekleri vergiler belirlenmekte bunlara göre beyannameler düzenlenmekte ve vergi tahsilâtları yapılmaktadır. Tüm hizmetlerde olduğu gibi, kamu hizmetlerinde de kalite verilen hizmetlerin kalitesi müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Ancak özel sektöre ilişkin hizmetlerde vatandaşların seçme şansları varken, vergi dairelerini seçme şansları olmayıp, işyerlerinin ikametine göre vergi dairelerinden hizmet almaktadırlar. Kamu hizmetlerinin geliştirilmesi, vatandaşlar açısından memnun olunan ve olunmayan durumların belirlenmesi ile gerçekleşebilir. Bu çalışmada bu noktadan hareketle, bu çalışmada vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin kalite beklentileri ve kalite algıları sorgulanmakta, beklentilerinin ne düzeyde karşılandığı araştırılmaktadır. Ayrıca mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin memnuniyet düzeylerinin ve tanımlayıcı özelliklerinin hizmet kalite beklentisi ve algısında etkisinin olup olmadığı da sorgulanmıştır. Araştırma İstanbul Anadolu Yakası'ndaki vergi dairelerinden hizmet alan 320 mükellef üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada mükelleflerin hizmet kalite beklenti ve algıları Servqual ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçekte, fiziksel özellikler, güvenilirlik, güven ve empati olmak üzere beş boyut bulunmaktadır. Ayrıca ölçeğin genelini ifade eden hizmet kalite algı ve beklentisi de olmak üzere çalışmada altı boyutta hizmet kalite algı ve beklentisi sorgulanmıştır. Araştırmadan ulaşılan sonuçlara aşağıda yer verilmektedir:

Araştırmaya katılan mükelleflerin vergi dairelerinden aldıkları hizmetlere ilişkin algılarının ortalamaları 5 üzerinden yapılan değerlendirmeye göre 3,513 ile 3,851 arasında değişiklik göstermektedir. Diğer bir ifade ile mükellefler aldıkları hizmetlerin kalitesinin yüksek düzeyde olduğunu algılamaktadırlar. Aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri incelendiğinde ise beklentilerinin ortalamalarının 4,213 ile 4,341 arasında değişiklik gösterdiği belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile mükellefler, aldıkları hizmetlerin kalitesine ilişkin yüksek düzeyde beklenti içerisindedirler. Mükelleflerin tüm hizmet kalite boyutlarında algıladıkları ve bekledikleri kalite düzeylerinde istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Başka bir deyişle, mükelleflerin hizmet kalite beklentileri tüm boyutlarda karşılanamamaktadır. Mükellefler verilen hizmetlerin kalitesinin yüksek olduğunu algıladıkları, beklentileri çok yüksek

düzyededir. Bu da genel olarak müşteri beklentilerinin her zaman verilenden daha yüksek olduğu görüşüyle açıklanabilir. Ne kadar kaliteli hizmet verilirse verilsin, müşteriler her zaman daha fazlasını istemektedirler.

Araştırmaya katılan mükelleflerin çoğunluğu (%66,9) aldıkları hizmetlerden memnun olduklarını ifade etmişlerdir. tüm hizmet kalitesi boyutlarında aldıkları hizmetlerden memnun ve çok memnun olanların, kararsız ve memnun olmayanlara göre hizmetleri daha kaliteli algıladıkları belirlenmiştir. Mükelleflerin memnuniyet düzeylerine göre hizmet kalite beklentileri incelendiğinde ise heveslilik ve güven beklentilerinde istatistiksel açıdan farklılıkların olmadığı, diğer boyutlarda ise farklılıkların olduğu saptanmıştır. Dikkat çeken sonuç, en yüksek beklentiye, aldıkları hizmetlerden çok memnun olanların çıkmasıdır. Hem alınan hizmetten son derece memnundurlar, hem de daha fazlasını beklemektedirler. Buradan daha öncede ifade edildiği gibi müşterilerin her zaman verilenden daha fazlasını istedikleri görüşünün daha da somutlaştığı söylenebilir.

Araştırmada mükelleflerin tanımlayıcı özellikleri açısından da hizmet kalite algı ve beklentileri sorgulanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle hizmet kalite algıları ele alınmış ve mükelleflerin cinsiyet ve medeni durumlarına göre hizmet kalite algılarında istatistiksel açıdan farklılaşma olmadığı belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek, evli veya bekar mükelleflerin, vergi dairesinden aldıkları hizmetlerin kalitesine ilişkin algıları birbirlerine benzerlik göstermektedir.

Mükelleflerin yaşlarına göre fiziksel özellikler ve empati boyutu dışındaki tüm hizmet kalite algılarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu, 51 yaş ve üzerinde bulunan mükelleflerin vergi dairesinden aldıkları hizmetlere ilişkin algılarının daha olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrenim durumu açısından güven ve empati boyutlarında mükelleflerin hizmet kalite algılarında farklılıkların olduğu, en yüksek güven ve empati algısına ortaokul mezunu mükelleflerin olduğu, eğitim durumu yükseldikçe, empati ve boyutuna ilişkin hizmet kalite algısında azalma olduğu sonucuna varılmıştır.

Mükelleflerin aylık gelir düzeyleri açısından fiziksel özellikler boyutu dışındaki hizmet kalite algılarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu, en yüksek hizmet kalitesi algısına aylık ortalama 2001-3000 TL gelir düzeyinde olan mükelleflerin olduğu sonucuna varılmıştır.

Vergi dairesinden hizmet alma süresine göre de hizmet kalite algısında farklılıkların olduğu belirlenmiştir. En düşük hizmet kalite algısına, 1 yıldır hizmet alan mükelleflerin sahip olduğu belirlenmiştir. Hizmet alma süresi arttıkça, hizmet

kalite algısında artışların olduğu, ancak 4 yılla birlikte algılanan hizmet kalitesinde düşüşlerin yaşandığı sonucuna varılmıştır.

Mükelleflerin hizmet aldıkları vergi dairelerine göre de hizmet kalite algılarında farklılıkların olduğu, tüm boyutlarda aldığı hizmetleri en kaliteli algılayan mükelleflerin Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi mükellefleri olduğu, en düşük kalite algısına sahip mükelleflerin ise Kadıköy Vergi Dairesi mükelleflerinin olduğu belirlenmiştir.

Vergi dairesi mükelleflerinin aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri tanımlayıcı özellikleri açısından incelendiğinde, araştırmada ele alınan tüm tanımlayıcı değişkenlere göre istatistiksel açıdan farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ele alınan ilk tanımlayıcı değişken olarak mükelleflerin cinsiyetlerine göre fiziksel özellikler dışındaki tüm boyutlarda kalite beklentilerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Kadın mükelleflerin hizmet kalite beklentilerinin erkek mükelleflere göre daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mükelleflerin medeni durumlarına göre güvenilirlik ve heveslilik hizmet kalitesi beklentilerinde farklılık olduğu, bekâr olanların evlilere göre güvenilirlik ve heveslilik kalite beklentilerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yaş grupları açısından sadece fiziksel özelliklere ilişkin kalite beklentilerinde farklılık bulunmaktadır. 31-40 yaş aralığında bulunanların diğer yaşlardakilerden fiziksel özelliklere ilişkin kalite beklentileri daha fazladır.

Mükelleflerin öğrenim durumları açısından fiziksel özellikler ve heveslilik kalite beklentilerinde istatistiksel açıdan farklılıklar saptanmıştır. Buna göre yüksek lisans/doktora eğitim düzeyinde bulunanların fiziksel özelliklere ilişkin kalite beklentileri, lisans mezunlarının da heveslilik kalite beklentilerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gelir düzeyi açısından ise, mükelleflerin fiziksel özellikler dışında tüm kalite beklentilerinde istatistiksel açıdan farklılıkların olduğu, 3001-4000 TL aylık gelire sahip mükellefler en düşük güvenilirlik, heveslilik, güven, ve genel beklenen kalite düzeyine sahipken, 0-1000 TL aylık gelire sahip mükellefler en düşük empati kalite beklentisine sahiptirler.

Tüm hizmet kalite boyutlarında, mükelleflerin vergi dairesinden hizmet alma sürelerine göre istatistiksel açıdan farklılıklar olduğu saptanmıştır. En düşük beklentiye 3 ve 4 yıl vergi dairesinden hizmet alma süresi bulunan mükelleflerin sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mükelleflerin hizmet aldıkları vergi dairesine göre de istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu saptanmıştır. Tüm hizmet kalitesi boyutlarında en yüksek

beklenmeye Erenköy Vergi Dairesi'nden hizmet alan mükelleflerin sahip olduğu, en düşük beklenmeye ise Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi ile Rıhtım Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi mükelleflerinin sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadan çıkan sonuçlar doğrultusunda araştırmanın başında belirtilen hipotezlere ilişkin kabul red tablosu aşağıda sunulmuştur.

**Tablo-37 Araştırmanın Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları**

Hipotez No	Hipotezler	Kabul	Red
H <sub>1</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin fiziksel özelliklerine ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.	X	
H <sub>2</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin güvenilirlik boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.	X	
H <sub>3</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin heveslilik boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.	X	
H <sub>4</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin güven boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.	X	
H <sub>5</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin empati boyutuna ilişkin kalite beklentileri, kalite algılarından yüksektir.	X	
H <sub>6</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin hizmetlerin genel kalitesine ilişkin beklentileri, kalite algılarından yüksektir.	X	
H <sub>7</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerine ilişkin kalite beklentileri aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyine göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>8</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin vergi dairesi hizmetlerine ilişkin kalite algıları, aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyine göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>9</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.		X
H <sub>10</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.		X
H <sub>11</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>12</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>13</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	X	



H <sub>14</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, vergi dairesinden hizmet aldıkları yıllara göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>15</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite algıları, hizmet aldıkları vergi dairelerine göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>16</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>17</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>18</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>19</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>20</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>21</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, vergi dairesinden hizmet aldıkları yıllara göre farklılık göstermektedir.	X	
H <sub>22</sub>	Vergi dairesinden hizmet alan mükelleflerin aldıkları hizmetlere ilişkin hizmet kalite beklentileri, hizmet aldıkları vergi dairelerine göre farklılık göstermektedir.	X	

Tablo 38’de görüldüğü üzere araştırmamızın 22 hipotezinden 20’si doğrulanmış, 2’si reddedilmiştir.

Araştırmamızdan çıkan sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler getirilmiştir.

Tüm hizmet kalitesi boyutlarında mükelleflerin algıladıkları hizmet kalitesinin yüksek düzeyde olması kamu hizmetleri açısından olumludur. Ancak yine tüm hizmet kalitesi boyutlarından mükelleflerin bekledikleri hizmet kalitesine ulaşamadığı ise düşündürücüdür. Mükelleflerin beklentilerinin karşılanmasına yönelik vergi dairelerinde verilen hizmetlerde kaliteyi daha da yükseltecek çalışmalar yapılmalıdır.

Diğer taraftan en çok hizmet kalitesi beklentisine, hizmetlerden en fazla memnun olan mükelleflerin olması ise düşündürücü bir sonuçtur. Hem hizmetlerden memnun olu, hem de daha fazla beklentiye girmek, mükemmeli istemenin sonucu olduğunu düşündürmektedir. Mükelleflerin hem memnuniyetlerinin artırıcı hem de beklentilerini düşürmeye yönelik, bilgilendirici uygulamalar yapılmalıdır. Örneğin yerel basında verilen hizmetlerin çok kolay bir süreç içinde gerçekleşmediği,

vatandaşların beklentilerinin çok fazla olduğu, bunların karşılanmasının s¼reç içerisinde sağlanabileceğine dair yayınlara yer verilebilir.

Diğer taraftan hem hizmet kalite algısı, hem de hizmet kalite beklentisinin hizmet alınan vergi dairelerine g¼re farklılaşması sonucundan yola çıkarak, vergi dairelerinde verilen hizmetlerde bir standart olmadığı d¼ř¼n¼lmektedir. Hizmet kalitesi standartlarının vergi dairelerinde uygulanmamasının bu farklılaşmalara nende olduğu d¼ř¼n¼lmektedir. Kısa zamanda vergi dairelerine kalite standartları getirilmelidir.

Bu araştırma sadece İstanbul ili Anadolu Yakası'ndaki vergi dairelerini ve araştırmaya katılan m¼kellefleri kapsamaktadır. Bu nedenle sonuçlardan genellemeye gidilemeyeceği d¼ř¼n¼lmektedir. Daha fazla sayıda m¼kellefle yapılacak araştırmalarla daha genel verilere ulaşılabilir.

Vergi daireleri fiziksel koşullarının daha uygun hale getirilmesi ; m¼kelleflerin ihtiyaclarının daha hızlı ve etkin cevap verilebilmesi için kullanılan teknolojilerin geliştirilmesi; m¼kelleflerin vergi dairelerinden daha kolay bir şekilde iletişim kurmalarını sağlıyacak imkanların oluşturulması vede çalışan personelin her y¼n¼yle ihtiyacları karşılayacak şekilde eğitilmesi gerekli olarak g¼r¼yorum.

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

- AKYILMAZ Bahtiyar, *İdare Hukuku*, Sayram Yayınları, Konya, 2004.
- BARUTÇU Süleyman, *Hizmette Kalite ve Toplam Hizmet Kalitesi Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şeref, *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı 2*. Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık, 2002.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şeref, *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Akademi, 2008.
- ÇATI Kahraman ve Aysım USLU, *Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi*, Ed. Kahraman Çatı, Abdurahman Baydaş, Asil Yayın Dağıtım, İstanbul, 2008, s.138.
- DEĞERMEN Anıl, *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati, Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama*, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 2006.
- DOĞAN Elife, *Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi*, Academy Plus Yayın Evi, 2002, s.86.
- ESER Zeliha, *Hizmetlerde Pazarlama İletişimi*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2007.
- FINDIKÇI İlhami, *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 6. Baskı, Alfa Kitabevi, İstanbul, 2003, s.40-41.
- GENÇ Nurullah, *Yönetim ve Organizasyon*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2008.
- GÖZLER Kemal, *Anayasa Hukukunun Genel Esaslarına Giriş*, Ekin Basım Yayın, Bursa, 2008.
- GÜMÜŞOĞLU Şevkinaz vd., *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007.
- GÜNDAY Metin, *İdare Hukuku*, Genişletilmiş 8. Baskı, İmaj Yayınevi, 2003.
- GÜNEL Behiye, *Kamu Yönetimi Nedir?, Genç Hukukçular Hukuk Okumaları Birlikleri 2*, Editör: Muharrem Balcı, Yıldızlar Matbaacılık, İstanbul, 2006.
- HALİS Muhsin, *Toplam Kalite Yönetimi*, 2. Baskı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya, 2008.
- İSLAMOĞLU A.Hamdi vd., *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım, İstanbul, 2006.
- KALAYCI Şeref, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayınları, 2005.
- KARAHANOGULLARI Onur, *Kamu Hizmeti*, 2. Basım, Ankara, 2004.

- KASIM Karahan, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul, 2000.
- LOVELOCK Christopher H., "Classifying Services To Gain Strategic Marketing Insights", Ed.By Mark Gabbott And Hogg, The Dryden Press, Contemporary Services Marketing Management, 1997.
- LOVELOCK Christopher H., *Service Marketing*, Third Edition , Prentice Hall, Upper Saddle River: New Jersey, 1996.
- LOVELOCK Christopher H., *Service Marketing*, Third Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River: New Jersey, 1996.
- MEYDAN UYGUR Selman, *Turizm Pazarlaması*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.
- NASIR Süphan ve Aslıhan NASIR, "*Hizmet Kalitesi*", *Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2008.
- ODABAŞI Yavuz, *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2002.
- ORAL Saime ve Hilmi YÜKSEL, *Hizmet İşletmeleri Yönetimi*, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 2006, s.193.
- ÖZDAMAR Kazım, *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Eskişehir: Kaan Kitabevi, 2004.
- ÖZTÜRK Sevgi Ayşe, *Hizmet Pazarlaması*, 4. Basım, Ekin Kitabevi, İstanbul, 2003.
- PALMER Adrian, *Principles of Services Marketing*, MCGrow H:11 Book Company, Bershire, 1994.
- SEDAT Sedat, *Kamu Hizmeti Kavramı Üzerine Kimi Düşünceler*, Prof. Dr. Hüseyin Hatemi'ye Armağan, İstanbul, Vedat Yayıncılık, 2009.
- ŞİMŞEK Muhittin, *Toplam Kalite Yönetimi*, 5. Basım. Alfa Yayıncılık, İstanbul, 2007.
- TEKİN Mahmut, *Toplam Kalite Yönetimi*, Günay Ofset, Konya, 2011.
- TELMAN Nursel ve Pınar ÜNSAL, *Çalışan Memnuniyeti*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2004.

## **MAKALELER**

- AKYILDIZ Fulya, *Sosyal Devlet Tarihe Gömülürken "Kamu Yararı" ve "Sosyal Hizmet" Kavramlarını Yeniden Düşünmek*, Küreselleşme Karşısında Kamu Yönetimi ve Hizmeti, Kahramanmaraş, 2010.
- ATAMAN Göksel, Nihal KARTALTEPE BEHRAM ve Sedat EŞGİ, "İş Amaçlı Havayolu Pazarında Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Türk Hava

Yolları "Business Class" Yolcuları Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, Sayı: 26, (2011): 73-87.

AVCI Umut ve Ali SAYILIR, "Hizmet Kalitesi Çerçevesinde Çalışanların Rolüne ve Yeterliliklerine İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2006, Cilt: 1, (2006): 121- 138.

BOZTAŞ Nevzat, "Yerel Yönetimlerde Yapısal Uyarılama: Çevre, Su ve Katı Atık", *Çağdaş Yerel Yönetimler*, Cilt: 7, Sayı: 1, (1998): 31-42.

DERBİL Süheyp, "Kamu Hizmeti Nedir?", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1950, Cilt: 7, Sayı: 3, (1950): 28-36.

ELEREN, Ali, Çetin BEKTAŞ ve A. Şahin GÖRMÜŞ, "Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, Cilt: 44, Sayı:514, (2007): 75-88.

FİLİZ Zeynep vd., "Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 10, Sayı:3 (2010): 59-76.

GRÖNROOS Christian, "A Service Quality Model and its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, Vol.18, No.4, (1984).

GÜMÜŞOĞLU Şevkinaz vd., "Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin "Servqual" Modeli İle Ölçülmesi Ve Muğla İlinde Bir Uygulama", *3.Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, Nisan 2003, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.

GÜRBÜZ Esen ve Ahmet ERGÜLEN, "Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma", *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 35, (2006), 174- 190.

GÜREL Betül ve Çağlar ÖZEL, "Kamu Çalışanlarının Büyükşehir Belediye Hizmetlerinden Memnuniyeti: Ankara Örneği", *Hacettepe Hukuk Fak. Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1, (2013): 65–74.

MURAT Güven ve Nermin ÇELİK, "Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 6, (2007): 1-20.

NAKTİYOK Atilla ve Orhan Küçük, "İşgören Tatmininin Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri", *Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı: 1-2, (2003): 225-242.

NEGİZ Nilüfer, "İki Farklı Dönem İki Farklı Yönetim: Kentsel Hizmetler Düzleminde Kullanıcı Memnuniyeti: 2004 ve 2009 Yılları Isparta Belediyesi Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 27, (2012): 171- 183.

OKUMUŞ Abdullah ve Adnan DUYGUN, "Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti

Arasındaki İlişki”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 12, (2008): 17- 38.

ÖZGÜVEN Nihan, “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Ege Akademik Bakış*, Cilt: 8, Sayı: 2, (2008): 651-682.

PAPATYA Gürcan vd., “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Hasta Memnuniyeti: İki Özel Hastanede Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2012, Cilt: 2, Sayı: 1, (2012): 87-108.

PARASURAMAN A., Valerie A. ZEİTHAML ve Leonard L. BERRY, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, Vol: 49, (1985): 41-50.

SAYIM Ferhat ve Volkan AYDIN, “Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistemik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri ile Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 29, (2011): 245-262.

SEZER Özcan, “Kamu Hizmetlerinde Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Türkiye’de Kamu Hizmeti Anlayışı Açısından Bir Değerlendirme”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 8, (2008): 147-1750

SHIN Doh C., “The Quality of Municipal Service: Concept, Measure and Results”, *Social Indicators Research*, Vol:4, (1977).

SÖYLER İlhami, “Yükseköğretimin Finansmanı: Yeni Beklentiler ve Hedefler Işığında Normatif Bir Yaklaşım”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 72, (2009): 3-26.

SÖZEN Süleyman, “Kamuda Hizmet Kalitesi: Kolluk Hizmetleri Örneği”, *Polis Bilimleri Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 3, (2005): 1-16.

TAŞKIN Ercan ve Köksal BÜYÜK, “Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite (Kütahya’daki Özel Dershane Öğrencileri ile ilgili Bir Saha Araştırması”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 7, (2002): 201-222.

TUFAN EMİNİ Filiz ve Şengül RAMAZAN, “Değişen Kamu Hizmeti Anlayışı Karşısında Belediyelerin Hizmet Etkinliği Algılamalarına Yönelik Bir Alan Araştırması, Kamu Yönetimi Forumu (KAYFOR) VII”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi*, 8-9-10 Ekim 2009.

ULU Güher, “Türkiye’de Kamu Hizmeti ve İmtiyazın Dönüşüm Öyküsü”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 57, Sayı: 4, (2008).

USTA Resul ve Salih MEMİŞ, “Hizmet Kalitesi Ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatmininin Aracılık Etkisi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 4, (2009): 88-108.

YILMAZ Veysel, Zeynep FİLİZ ve Betül YAPRAK, "Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 7, Sayı:1, (2007): 299-315.

YÜKSEL Fatih, Osman ÇEVİK ve Kadir ARDIÇ, "Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi: Tokat Belediyesinde Bir Uygulama", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 3, (2004).

ZENGİN Eyüp ve Ayhan ERDAL, "Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi", *Journal of Qafqaz University*, Cilt: 3, Sayı: 1, (2000): 43-56.

## **TEZLER**

AKSU Murat. "Kamu Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Turhal Tapu Sicil Müdürlüğünde Bir Uygulama." *Yüksek Lisans Tezi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

Aktan İbik Özge, "Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin Önemi ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama." *Yüksek Lisans Tezi*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2006.

Atılgan Eda, "Hizmet Kalitesi Yönetimi Ve Seyahat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama." *Yüksek Lisans Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.

CANYURT Sadık, Kamu Medya Hizmeti: Bbc & Trt Karşılaştırması. T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, *Uzmanlık Tezi*. Ankara, 2011.

ÇELİK Pelin, "Gsm Operatörlerinin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: KTÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği." *Yüksek Lisans Tezi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.

GAZAN, Kıymet, "Bir Kamu Kuruluşu Olarak Belediyelerde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Kütahya Belediyesi Örneği." *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

GAZİOĞLU Şiyar, "Sosyal Güvenlik Kurumunda Hizmet Kalitesi: Yalova Örneği." *Yüksek Lisans Tezi*. Yalova: Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

GÜNAL Özgür, "Sağlık Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Süleyman Demirel Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi Örneği." *Yüksek Lisans Tezi*. Niğde: Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.

GÜLER, Fatih, "Kamu Bankacılığında Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki ve Bir Uygulama." *Yüksek Lisans Tezi*. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

HALİL BEKİR Sevie, “Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Kırcaalı Belediyesi’nde Bir Uygulama.” *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

HANCIOĞLU Mehmet Talha. “Kamu Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi ve Afyonkarahisar İlinde Bir Uygulama (AFJET).” *Yüksek Lisans Tezi*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.

KESKİN Bayram. “Kamu Hizmetinin Görülmesine İlişkin Sözleşmeler ve Bu Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Tahkim Yoluyla Çözümü.” *Doktora Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal, Bilimler Enstitüsü, 2006.

KIR Atıf, “Kamu Hizmetinin Görülme Usullerinden Ruhsat Usulü Ve Elektrik Piyasası Örneği.” *Yüksek Lisans Tezi*. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2010.

ÖZTAŞ Hilal, “Farklı Sigorta Branşlarında Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bursa İl Merkezi Örneği.” *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SEVİMLİ Sedef, “Hizmet Sektöründe Kalite Ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama.” *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.

ŞARBAK Murat. “Sağlık Müdürlüklerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: İzmir İl Sağlık Müdürlüğü’nde Uygulama.” *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.

Vatansever Kemal, “Üçüncü Parti Lojistik İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Ölçümü Üzerine Bir Araştırma.” *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YILDIZ Gülseli, “Hizmet Sektöründe Servqual Ölçeği İle Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Emniyet Genel Müdürlüğü’nde Bir Uygulama.” *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2009.

YUMUŞAK Naci Utku, “Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması.” *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

## **İNTERNET KAYNAKLARI**

ERGÜN Mustafa, Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Bazı Temel Kavramlar, <http://www.egitim.aku.edu.tr/temelkavramlar.ppt> (Erişim Tarihi: 18.10.2014)



## EKLER

### KAMU SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ: İSTANBUL VERGİ DAİRELERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA ANKET FORMU

Değerli katılımcı;

Elinizdeki anket yalnız bilimsel bir çalışma için kullanılacak olup, elde edilen bulgular hiçbir kurum ya da kişiye verilmeyecektir. Aşağıdaki sorulara ne kadar samimi, ciddi, dikkatli ve gerçekçi cevaplar verirseniz araştırmamızın geçerliliği ve güvenilirliği o oranda artacaktır. Değerli katkılarınız için şimdiden teşekkürlerimi sunarım.

#### 1. Cinsiyetiniz?

Erkek  Kadın

#### 2. Medeni Durumunuz?

Bekâr  Evli

#### 3. Yaş Grubunuz?

20 yaş ve altı  21 - 30 yaş  31 - 40 yaş  41 - 50 yaş  51 yaş ve üzeri

#### 4. Öğrenim Durumunuz?

Okur-yazar  İlkokul  Ortaokul  Lise  
 Ön lisans  Lisans  Yüksek lisans/Doktora

#### 5. Aylık Ortalama Gelir Durumunuz?

0-1000TL  1001-2000 TL  2001-3000 TL  
 3001-4000 TL  4001 ve üzeri

#### 6. Bu Vergi Dairesinden kaç yıldır hizmet almaktasınız?

1  2  3  4 ve üzeri

#### 7. Hizmet Aldığınız Vergi Dairesi?

Erenköy Vergi Dairesi  Kozyatağı Vergi Dairesi  
 Anadolu Kurumlar Vergi Dairesi  Rıhtım Veraset ve Harçlar Vergi Dairesi  
 Göztepe Vergi Dairesi  Kadıköy Vergi Dairesi

#### 8. Vergi Dairesinden aldığınız hizmetten ne düzeyde memnunsunuz?

Hiç memnun değilim  Memnun değilim  Kararsızım  
 Memnunum  Çok memnunum

## SERVQUAL HİZMET KALİTESİ BEKLENTİ ÖLÇEĞİ

<b>YÖNERGE</b>		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Mükemmel bir vergi dairesi modern görünümlü binaya ve çalışma ortamına sahip olmalıdır.					
2	Mükemmel bir vergi dairesinde fiziki koşulların görsel cazibesi olur.					
3	Mükemmel bir vergi dairesinde personel görünüş olarak temiz ve düzenlidir.					
4	Mükemmel bir vergi dairesinde hizmetle alakalı malzemeler yeterli düzeyde ve görselliktedir.					
5	Mükemmel bir vergi dairesi bir işi ne zaman yapacağını taahhüt ediyorsa bu işi o zamanda gerçekleştirir.					
6	Bir mükellefin problemi olduğunda mükemmel bir vergi dairesi problemi çözmek için samimi bir ilgi gösterir.					
7	Mükemmel bir vergi dairesi işleri ilk seferinde ve doğru olarak yapar.					
8	Mükemmel bir vergi dairesi hizmetlerini söz verdiği zamanda gerçekleştirir.					
9	Mükemmel bir vergi dairesi kayıtların hatasız tutulmasında titizdir.					
10	Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere hizmetin tam olarak ne zaman verileceğini bildirir.					
11	Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere hizmeti mümkün olan en kısa sürede ve kusursuz olarak verir.					
12	Mükemmel bir vergi dairesinde personel her zaman mükelleflere yardım etmek için istekli olur.					
13	Mükemmel bir vergi dairesinde personel asla mükelleflerin isteklerine cevap veremeyecek kadar meşgul olmaz.					
14	Mükemmel bir vergi dairesinde personelin davranışları mükelleflere güven aşılar.					
15	Mükemmel bir vergi dairesinde mükellefler vergi dairesi ile ilgili daima güven duygusu içindedirler.					
16	Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere karşı daima nezaket içinde bulunur.					
17	Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflerin sorularına cevap verebilecek yeterli bilgi seviyesine sahiptir.					
18	Mükemmel bir vergi dairesinde personel mükelleflere tek tek ilgi gösterir.					
19	Mükemmel bir vergi dairesinin çalışma saatleri mükelleflere uygun olacak şekildedir.					
20	Mükemmel bir vergi dairesi, her mükellefle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.					
21	Mükemmel bir vergi dairesi mükelleflerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.					
22	Mükemmel bir vergi dairesi mükelleflerin özel isteklerini anlar.					

## SERVQUAL HİZMET KALİTESİ ALGI ÖLÇEĞİ

<b>YÖNERGE</b>		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Hizmet aldığım vergi dairesi modern görünümlü binaya ve çalışma ortamına sahiptir.					
2	Hizmet aldığım vergi dairesinin fiziki koşulları görsel açıdan caziptir.					
3	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel görünüş olarak temiz ve düzenlidir.					
4	Hizmet aldığım vergi dairesinde hizmetle alakalı malzemeler yeterli düzeyde ve görselektir.					
5	Hizmet aldığım vergi dairesi bir işi ne zaman yapacağını taahhüt ediyorsa bu işi o zamanda gerçekleştirmektedir.					
6	Hizmet aldığım vergi dairesinde bir mükellefin problemi olduğunda problemi çözmek için samimi bir ilgi gösterilmektedir.					
7	Hizmet aldığım vergi dairesinde işler, ilk seferinde ve doğru olarak yapılmaktadır.					
8	Hizmet aldığım vergi dairesi hizmetlerini söz verdiği zamanda gerçekleştirmektedir.					
9	Hizmet aldığım vergi dairesi kayıtların hatasız tutulmasında titiz davranmaktadır.					
10	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel mükelleflere hizmetin tam olarak ne zaman verileceğini bildirmektedir.					
11	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel mükelleflere hizmeti mümkün olan en kısa sürede ve kusursuz olarak vermektedir.					
12	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel her zaman mükelleflere yardım etmek için isteklidir.					
13	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel asla mükelleflerin isteklerine cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.					
14	Hizmet aldığım vergi dairesinde personelin davranışları mükelleflere güven aşılamaktadır.					
15	Hizmet aldığım vergi dairesinde mükellefler vergi dairesi ile ilgili daima güven duygusu içindedirler.					
16	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel mükelleflere karşı daima nezaket içinde davranmaktadır.					
17	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel mükelleflerin sorularına cevap verebilecek yeterli bilgi seviyesindedir.					
18	Hizmet aldığım vergi dairesinde personel mükelleflere tek tek ilgi göstermektedir.					
19	Hizmet aldığım vergi dairesinin çalışma saatleri mükelleflere uygundur.					
20	Hizmet aldığım vergi dairesi, her mükellefle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.					
21	Hizmet aldığım vergi dairesi mükelleflerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutmaktadır.					
22	Hizmet aldığım vergi dairesi mükelleflerin özel isteklerini anlamaktadır.					