

T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

YABANCI DİL EĞİTİM HİZMETLERİNDE HİZMET
KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Serdar YÜCE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Karabük – 2013

Serdar YÜCE	YABANCI DİL EĞİTİM HİZMETLERİNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA	Yüksek Lisans Tezi
--------------------	---	-------------------------------

II

T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**YABANCI DİL EĞİTİM HİZMETLERİNDE HİZMET
KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA**

Serdar YÜCE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK

Karabük – 2013

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

İşletme Anabilim Dalı'nda Yrd. Doç. DR. Ali Çağlar ÇAKMAK danışmanlığında,
Serdar YÜCE tarafından hazırlanan bu çalışma 12/11/2013 tarihinde jürimiz tarafından
Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir

Jüri Başkanı

(Doç. Dr. Abdullah KARAKAYA)

Jüri Üyesi

(Yrd. Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK)

Jüri Üyesi

(Yrd. Doç. Dr. Halim AKBULUT)

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../.....
tarih ve/..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Enstitü Müdürü

(Doç. Dr. Abdullah KARAKAYA)

Tez Bildirim Sayfası

Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “**Yabancı Dil Eğitim Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama**” adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, hazırlanması, yürütülmesi, araştırılmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmada kullanılan doğrudan kendime ait olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atfedildiğini beyan ederim.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

12. 09. 2013
Serdar YÜCE



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	V
ÖZET	X
ABSTRACT	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ	VIII
TABLolar LİSTESİ	IX
GİRİŞ	1
1.HİZMET KAVRAMI	3
1.1. HİZMETLERİN TANIMI	5
1.2. HİZMETLERİN GENEL ÖZELLİKLERİ	7
1.2.1. Soyut Olma (Fiziksel varlığının olmaması).....	8
1.2.2. Hizmetlerin Eşzamanlılığı	8
1.2.3. Heterojenlik	9
1.2.4. Dayanıksız Olma	11
1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI	11
1.3.1. İnsana Yönelik Sınıflandırma.....	12
1.3.2. Müşteriye Yönelik Sınıflandırma.....	13
1.3.3. Hizmetlerin Arz Edildikleri Pazara Göre Sınıflandırılması	14
1.3.4. Hedef Pazara Yönelik Sınıflandırma.....	15
1.3.5. Kâr Amacına Yönelik Sınıflandırma.....	16
1.4. EĞİTİM HİZMETLERİ	19
1.4.1. Eğitimin Tanımı	20
1.4.2. Eğitimin Amacı ve Önemi.....	21
1.4.3. Eğitim Gereksiniminin Boyutları	22
1.4.4. Yabancı Dil Eğitim Hizmetleri.....	22

1.4.4.1. Yabancı Dil Eğitime Genel Bakış.....	23
1.4.4.2. Yabancı Dil Öğretiminin Amaçları.....	23
1.4.4.3. Türkiye’de Öğretilen İlk Yabancı Diller	23
1.4.4.4. Türkiye’de 1960’dan Günümüze Yabancı Dil Öğretimi	24
1.4.4.5. Yabancı Dil Eğitiminin Günümüzdeki Durumu	26
1.4.4.6. Zorunlu Yabancı Dil Hazırlık Öğretiminin Amacı ve Önemi	26
2. HİZMET KALİTESİ VE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ	28
2.1.HİZMET KALİTESİ.....	28
2.1.1. Hizmet Kalitesinin Tanımı	29
2.1.2.Hizmet Kalitesinin Boyutları	31
2.1.3. Hizmet Kalitesini Belirleyen Faktörler	33
2.1.3.1. Müşteri Beklentileri	34
2.1.3.2. Müşteri Tatmini	36
2.1.3.3. Müşteri Memnuniyeti	40
2.2. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜM MODELLERİ	43
2.2.1. Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Modeli	43
2.2.1.1. SERVQUAL Hesaplama Yöntemi	49
2.2.1.2.SERVQUAL Modelinin Kullanım Alanları	53
2.2.1.3.SERVQUAL Modeline Eleştiriler	54
2.2.2. Diğer Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri	55
2.2.2.1. Grönroos’un Hizmet Kalitesi Modeli	56
2.2.2.2. SERVPERF Modeli	59
2.2.2.3. Veri Zarflama Analizi	59
2.2.2.4. Önem-Performans Analizi	60
2.2.2.5. Rasyo Logaritması	60
2.2.2.6. Özel Değişim Değerleme	61

2.2.2.7. Sasser, Olsen, Wyckoff'un Hizmet Kalitesi Boyutları	61
2.2.2.8. DEA Modeli.....	61
2.2.2.9. Donabedian Kalite Modeli.....	62
2.2.2.10. Meyer/Mattmüller Kalite Modeli.....	62
3. YABANCI DİL EĞİTİM HİZMETLERİNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA.....	64
3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU	64
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	64
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	65
3.2.1. Anakütle ve Örneklem	65
3.2.2. Veri Toplama Aracı.....	66
3.2.3. Anketin Güvenilirliği	67
3.2.4. Araştırmanın Kısıtları.....	68
3.2.5. Araştırmanın Modeli	68
3.3. VERİLERİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ.....	70
3.3.1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri	71
3.3.1. Öğrencilerin Karabük Üniversitesi ile İlgili Genel Memnuniyet Düzeyleri	74
3.3.2. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi ile İlgili Memnuniyet Düzeyleri	75
3.3.3. Öğrencilerin Beklentileriyle Algılamalarının Genel Olarak Karşılaştırılması	76
3.3.4. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri Dikkate Alınarak Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması	79
3.3.4.1. Öğrencilerin Cinsiyetleri İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması	80
3.3.4.2. Öğrencilerin Eğitim Şekli İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması	85

3.3.4.3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Eğitim Düzeyi İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	89
3.3.4.4. Öğrencilerin Eğitim Dili İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması	91
3.3.4.5. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Karabük Üniversitesi'ne Gelmeden Önce Yabancı Dil Hazırlık Hazırlık Eğitimi Alıp-Almama Durumu İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması	97
3.3.4.6. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik ve Eğitim Durumu Bilgileri İtibariyle Hizmet Kalitesi Değerleri (Skorları).....	101
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	103
KAYNAKLAR	110
EK: ARAşTIRMA ANKET FORMU.....	121

ÖNSÖZ

Bu araştırma ile hizmet sektöründe yer alan, Karabük Üniversitesi'nde SERVQUAL tekniği kullanılarak yabancı dil hazırlık sınıfı eğitiminin hizmet kalitesi ve değerlendirilmeye ve ölçülmeye çalışılmıştır.

Bu uygulamayı gerçekleştirmemi sağlayan başta Karabük Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Burhanettin UYSAL'a, çok teşekkür ederim. Öğrencisi olmaktan büyük mutluluk duyduğum, sevgi dolu Sayın Hocam Yrd. Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK'a yardımları, desteği ve sabrı için sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Yüksek lisans yapmam konusunda ve her konuda destek olan Personel Daire Başkanı Lütfü KÖM'e, bir eşin ne kadar fedakâr olabileceğini gösteren eşim Havva YÜCE'ye ne kadar teşekkür etsem azdır. Çalışmamı yapmam için bana hiç fırsat vermeyen çocuklarım Resul Melih, Mustafa Kaan ve Abdullah Eren'e çok ama çok teşekkür ederim.

Serdar YÜCE

Karabük, 2013

ÖZET**YABANCI DİL EĞİTİM HİZMETLERİNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE
YÖNELİK BİR UYGULAMA**

YÜCE Serdar

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK

12. 11. 2013, 125 Sayfa

Ulusal ve uluslararası boyutta artan rekabet koşulları ve artan tüketici beklentileri, işletmeleri kaliteli ürün ve hizmetler sunmaya zorlamaktadır. Bu anlamda ortaya çıkan “hizmet kalitesi” kavramı, işletmelerin üzerinde önemle durması gereken bir konudur. Hizmet kaliteli, yoğun rekabet ortamında var olmanın bir gereğidir. Hizmet kalitesi, üretim sektörünün yanı sıra hizmet sektörü için de ölçülebilir bir kavramdır. Gelişen kaliteli hizmet anlayışı ve hizmetin ölçülebilmesi, hizmet sektöründeki tüm işletmeleri etkilediği gibi eğitim kurumlarını da etkilemiştir. Yabancı dil öğrenmenin şart olduğu günümüz koşullarında, yabancı dil öğreniminin öneminin artışı aşikârdır. Üniversitelerde bu önem artışına paralel olarak yabancı dil eğitimine önem vermek adına çalışmalar yapmaktadırlar. Yabancı dil hazırlık sınıfları da bu çabaların önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Öğrencilerin hangi güdülerle yabancı dil hazırlık sınıfı olan üniversiteleri tercih ettikleri, üniversitelerdeki hizmet kalitesine ilişkin beklentileri ve algılamaları ve üniversitelerin hizmet kalitesi uygulamalarının öğrencileri nasıl etkilediği, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bunun için eğitim hizmetini alan öğrencilerin üniversitelerdeki algıladıkları hizmet kalitesini belirlemek önemlidir.

Bu çalışma ile hizmet işletmelerinin müşterilerinin bekledikleri ve algıladıkları hizmet kalitesi anlayışı ölçülmeye çalışılmıştır. Uygulama çalışması ise toplum geleceğine yön veren bir eğitim hizmetleri işletmesi olan Karabük Üniversitesinin müşterilerinden; Yabancı dil hazırlık sınıfı öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonuçları üniversitenin sunduğu eğitim hizmetinin öğrenciler tarafından nasıl algılandığını göstermesinin yanı sıra; öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitiminden neler beklediğini de ortaya koyması nedeni ile gelecekteki eğitim faaliyetlerinin planlanmasına da yön verici ipuçları içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Hizmet Kalitesi, Yabancı Dil Eğitimi, Karabük Üniversitesi, SERVQUAL.

ABSTRACT**A STUDY ON THE ASSESSMENT OF SERVICE QUALITY IN FOREIGN LANGUAGE EDUCATION SERVICE**

YÜCE Serdar

Master Thesis, Department of Business

Advisor: Yrd. Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK

12. 11. 2013, Pages: 125

Growing customer demands and competitive conditions in national and international dimensions force businesses to provide quality products and services. The term “service quality”, which developed in this context, is a term of great importance for businesses. Production of quality service is the necessity of surviving in an environment of fierce competition. Along with the production sector service quality is also a measurable term for the service sector. Progressive quality service perception and the measurability of services affected educational institutions as well as it affected businesses. In today’s world, where learning a foreign language is a must, the increasing importance of learning a foreign language is obvious. In parallel with this rise, universities conduct studies to give more importance to foreign language teaching. Foreign language preparatory classes make up for an important part of these studies. Finding out what motives lead the students to choose universities with foreign language preparatory classes, students’ expectations and perceptions about the service quality in universities and how service quality applications of the university affect the students are the main purpose of the study. In order to find these out, it is important to determine the perceived service quality of students who receive the education in universities.

It is aimed to determine the expected and perceived service quality perceptions of the customers of service businesses. The implementation of the study is carried out with the students of School of Foreign Languages among the customers of Karabük University, which is an educational institution shaping the future of the society. Along with showing how the educational activities are perceived by the students, the results of the study also include clues to shape future educational activities as it exposes what the students expect from foreign language preparatory education.

Key Words: Service, Service Quality, Foreign Language Teaching, Karabük University, SERVQUAL.

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Hizmetlerin Arz Edildikleri Pazara Göre Sınıflandırılması.....	14
Şekil 2.1. Algılanan Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi.....	38
Şekil 2.2. Algılanan Hizmet Kalitesi Süreci	39
Şekil 2.3. Kalite Tecrübelerinin Geleneksel Pazarlama Faaliyetleri ile İlişkisi	40
Şekil 2.4. Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi	50
Şekil 2.5. Grönrooss'un Algılanan Hizmet Kalitesi.....	59
Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli	70

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Türkiye’de İstihdamın 2001-2010 Yılları Arası Sektörel Dağılımı	4
Tablo 1.2. Fiziksel Mallar ve Hizmetler Arasındaki Farklar.....	4
Tablo 1.3. Hizmetlerin Tarihsel Tanımları.....	6
Tablo 2.1. Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları	33
Tablo 2.2. Hizmet Kalitesi Ölçütleri	47
Tablo 2.3. Birleştirilmiş Hizmet Kalitesi Ölçütleri	48
Tablo 2.4. Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları	48
Tablo 2.5. Kalite Boyutlarına Karşılık Gelen İfadeler	51
Tablo 3.1. Karabük Üniversitesi Yabancı Dil Hazırlık Birimi Öğrencilerinin Öğretim ve II. Öğretim Gruplarındaki Dağılımları.....	68
Tablo 3.2. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri: Frekans ve Yüzde Oranları.....	74
Tablo 3.3. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi İle İlgili Beş Faktörü Değerlendirmeleri.....	75
Tablo 3.4. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitiminde Önemli Olan Beş Faktörü Önem Derecesine Göre Sıralamaları.....	76
Tablo 3.5. Öğrencilerin Karabük Üniversitesi ile İlgili Memnuniyet Düzeyleri.....	77
Tablo 3.6. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi ile İlgili Memnuniyet Düzeyleri.....	77
Tablo 3.7. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi ile İlgili Beklenti ve Algılamalarının Arşılaştırılması.....	79
Tablo 3.8. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri Dikkate Alınarak Beklenti ve Algılamaların Karşılaştırılması.....	82
Tablo.3.9. Kız Öğrencilerin Beklentileriyle Algılamalarının Karşılaştırılması Sonuçları.....	83
Tablo 3.10. Erkek Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	86
Tablo.3.11. I. Öğretim Öğrencilerinin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	88
Tablo.3.12. II. Öğretim Öğrencilerinin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	90
Tablo.3.13. Lisans Öğrencilerinin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	92
Tablo.3.14. Eğitim Dili %100 İngilizce olan Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	94
Tablo.3.15. Eğitim Dili %30 İngilizce olan Öğrenci Öğrencileri Beklentileriyle	

Algılamalarının Karşılaştırılması	96
Tablo.3.16. Eğitim Dili Türkçe olan Öğrenci Öğrencilerin Beklentileriyle Algılamalarının Karşılaştırılması.....	98
Tablo.3.17. Karabük Üniversitesi'ne Gelmeden Önce Yabancı Dil Hazırlık Hazırlık Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması.....	100
Tablo 3.18. Karabük Üniversitesi'ne Gelmeden Önce Hazırlık Eğitimi Almayan Öğrencilerin Beklentileriyle Algılamalarının Karşılaştırılması.....	102
Tablo 3.19. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik ve Eğitim Durumu Bilgileri İtibarıyla Hizmet Kalitesi Değerleri.....	104

GİRİŞ

Günümüzde yabancı dil bilmenin önemi her geçen gün artmaktadır. Teknolojinin sınırları önemsiz hale getirmesi ve her bireyin dünyaya açılabilir olması yabancı dil öğrenmeyi neredeyse zorunlu hale getirmiştir. Yabancı dilin önemine ve ülkemizde, yabancı dil derslerinin ilkokulda başlatılmasına, orta öğretimde devam etmesine ve yükseköğretimde de yabancı dil derslerinin verilmesine rağmen yabancı dil eğitiminde istenen başarının elde edilememesi, yabancı dil eğitiminde kalite sorununu ön plana çıkarmaktadır.

Bu bağlamda her sektörde olduğu gibi hizmet sektöründe de rekabet; işletmeleri pazarlama faaliyetlerine daha ciddi emek sarfetmeye yöneltmektedir. Rekabet ortamında başarılı olma çabası veren işletmeler öne çıkabilmek için kendilerine ait farklılıklar oluşturmaya ve bunun için en elverişli pazarlama faaliyetleri ile müşterilerine hitap etmeye çalışmaktadırlar. Geçmişte çoğunlukla kamu sektörünün konturölünde olan eğitim sektöründe ki özelleşme ve özellikle yükseköğretimde ki yaygınlaşma ile sektörün büyümesi sonucunda, kamu hizmeti veren eğitim hizmetleri işletmeleri de rekabetle tanışmışlardır. Geçmişte pazarlama faaliyeti pek fazla olmayan kamu eğitim kurumları hızlı bir şekilde pazarlamanın birçok faaliyetini gerçekleştirmeye başlamışlardır.

Üniversiteler de eğitim hizmeti üreten kurumlardır ve bugün hem kendi aralarında hem de uluslararası düzeyde rekabet etmektedirler. Hizmet kalitesini sürekli iyileştiren üniversiteler rekabette öne çıkarak lider durumuna gelmektedirler. Hizmet kalitesi yüksek üniversiteler, öğrencilerin tercihlerinde ilk sıraları oluştururken aynı zamanda mezun öğrenciler de işletmeler tarafından, tercih edilen çalışan grubunu oluşturmaktadır.

Öğrencilerini geleceğe hazırlamayı hedef edinen üniversiteler için, hizmet kalitesi, basit olarak eğitim “hizmetinin tanımlanmış görevlerini yerine getirebilme yeteneği olarak değerlendirilmekte” ve eğitim “hizmetinin kalitesi sadece verdiği sonuçla değil aynı zamanda hizmetin verildiği süreçle de değerlendirilmektedir”. Hizmet kalitesi bir hizmetin, müşterisinin ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığının bir ölçüsüdür ve kalitede önemli olan müşteri tarafından algılanan kalitedir. Bu durumda kalite iki olgu tarafından belirlenmektedir. Bunlar müşterinin istek ve beklentilerinin hizmette ne ölçüde bulunduğu ve müşterinin hizmet özelliklerinin kullanımına

uygunluğunu ne ölçüde algıladığıdır (Cengiz, 2000: 51). Kuruluşların odak noktası müşteriler, temel amacı ise müşterilerin tatmin edilmesidir. Yükseköğretim kurumlarının da en önemli hedefi öğrencilerin tatmin edilmesidir. Tatmin ise, kaliteli eğitim ile yakından ilişkilidir.

Hizmet kalitesini ölçmek, hizmet üreten tüm sektörlerde olduğu gibi eğitim sektöründe de en önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak kalite iyileştirme ve geliştirme sürecinin ilk aşamasını mevcut kalitenin ölçülmesi oluşturmaktadır. Literatürde hizmet kalitesini ölçmek üzere geliştirilen çok sayıda yöntem karşımıza çıkmaktadır, bunlar arasında en yaygın kullanılan yöntem “SERVQUAL yöntemi”dir. Bu araştırmada lisans düzeyinde yabancı dil hazırlık eğitimi veren Karabük Üniversitesi’nde hizmet kalitesini ölçmek üzere SERVQUAL yöntemi kullanılmış ve böylelikle öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitimi hizmet kalitesinin çeşitli boyutlarıyla, ilgili beklentileri ve tatmin düzeyleri araştırılmış, elde edilen verilerle Karabük Üniversitesi’nin yabancı dil hazırlık eğitimi hizmet kalitesine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Yabancı dil eğitim hizmetlerinde hizmet kalitesini ölçmeyi ve yükseköğretimde kalite kavramının anlaşılması ve geliştirilmesi yönündeki çabalara katkıda bulunmayı amaçlayan bu çalışmanın birinci bölümüne, hizmet kavramı ile başlanmış ve hizmetin özellikleri verildikten sonra hizmetin sınıflandırılmasına geçilmiştir. Hizmetlerin sınıfları içinde eğitim hizmetleri ve yabancı dil eğitim hizmetleri ayrıntılı olarak tanıtılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, kalite tanımlandıktan sonra kalitenin tarihsel gelişimi ve hizmet kalitesi kavramı açıklanmıştır. Devamında ise eğitim hizmetlerinde kalite ve yabancı dil eğitim hizmetlerinde kalite incelendikten sonra hizmet kalitesinin ölçümündeki modeller incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Karabük Üniversitesi Kampüsü’nde bulunan Yabancı Diller Yüksekokulu Hazırlık Birimi öğrencilerine uygulanan anketlere uygulanan analiz sonuçları ve bu bulguların ışığında sonuç ve öneriler bulunmaktadır.

1. HİZMET KAVRAMI

Küreselleşme ile zorlaşan rekabet şartları, işletmelerin pazardaki rekabet güçlerini ve konumlarını zorlaştırmaktadır. Bu durumu dikkate alan işletmeler, müşteri odaklı stratejiler başta olmak üzere; ürün çeşitliliği, esneklik, performans gibi unsurlar üzerinde rekabet avantajlarını artırma yoluna gitmektedirler (Eleren ve Görmüş 2007: 182). Sanayi toplumunun makineyi egemen kılan ve insanı bir kenara iten gelişme anlayışı, insan odaklı yönetim biçimlerine dönüşmüştür. Bilgili insan, en önemli değer olmuş ve bilgili, zamanı doğru kullanan ve vizyonu olan insanlarla toplumların gelişmesinin mümkün olduğu anlaşılmıştır. Bu anlayış, var olan bütün değerlerin, yapıların ve kurumların yeniden gözden geçirilmesi ve biçimlendirilmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. (Aksu, 2012: 9).

Bu gelişmeler doğrultusunda, gelişmiş batı ülkelerinde gerek hammadde, yarı mamul ve gerekse nihai mamul üretiminde, endüstriyel anlayış yerini, hızla hizmet anlayışına bırakmıştır. Bu yeni ve çağdaş anlayış, işletmelerin faaliyetlerini müşteri odaklı hizmet alanlarına ve kaliteli ürünlere yönlendirmiştir (Taşlıyan, 2012: 72).

Hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda hizmet kavramı ekonomik gelişmeler ve artan yaşam standardına paralel olarak önem kazanmaktadır. Seyahat, turizm, yiyecek-içecek ve bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bazı işletmeler müşterileri için işletme performansını etkileyecek yüksek kaliteli hizmet sunmak istemektedir. Günümüzde bu durum artık normal karşılanmaktadır (Atılğan, Akıncı ve Aksoy, 2003: 412). Ülkelerin kişi başına düşen milli gelirleri arttıkça, harcamaların ağırlığı mallardan hizmetlere doğru kaymaktadır. Son 35 yılda hizmet sektöründe işveren sayılarında, Amerika ve Japonya'da ortalama %50'lere varan artışlar görülmektedir ABD'nin GSYİH'sinin %79'unu hizmet sektörü oluşturmaktadır (Ustaahmetoğlu, 2011: 244). Ülkemizde de her geçen gün hizmet sektörünün önemi ve ekonomideki ağırlığı artmaktadır. (Eleren ve Kılıç, 2007: 237). Ülkemizde hizmet sektörünün istihdamdaki payı da artmaya devam etmektedir. Tablo 1.1.'de yıllara göre sektörlerin istihdamdaki payları görülmektedir.

Tablo 1.1. Türkiye’de İstihdamın 2001-2010 Yılları Arası Sektörel Dağılımı

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmet
2000	36	24	40
2001	37.6	22.7	39.7
2002	34.9	23.0	42.1
2003	33.9	22.7	43.4
2004	29.1	24.9	46.0
2005	25.7	26.3	48.0
2006	24.0	26.8	49.2
2007	23.5	26.7	49.8
2008	23.7	26.8	49.5
2009	24.7	25.3	50.3
2010	25.2	26.2	48.6

Kaynak: Özpınar, Ş., Demir, Ö. ve Keskin, S. (2011). Türkiye’de İstihdamın Yapısının Değerlendirilmesi (2000-2010), Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3(2):138, 2011 Issn: 1309-8012 (Online).

Hizmet kavramına yüklenen anlamların çeşitliliği, hizmet olarak adlandırılan faaliyetlerin birbirlerinden çok farklı olması ve genel olarak imalat üzerine odaklanmış işletmecilik ve pazarlama yaklaşımları hizmet kavramını anlamayı da zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla hizmetlerin pazarlama özelliklerine geçmeden hizmet kavramını açıklığa kavuşturmak, hizmetleri mallardan farklılaştıran özellikleri vurgulamak gereklidir. Ekonomide hizmet ağırlıklı dönüşümü ve bu dönüşümü hızlandıran nedenleri bilmek de günümüzün hizmet anlayışını açıklayabilmek açısından önemlidir. Tüm işletmeler bir hizmet işletmesine dönüşüm sürecini yaşamaktadır (Öztürk 2003: 2). Tablo 1.2.’de fiziksel mallarla hizmetler arasındaki farklar görülmektedir.

Tablo 1.2. Fiziksel Mallar ve Hizmetler Arasındaki Farklar

Fiziksel Mallar	Hizmetler
Dokunulabilir	Dokunulamaz
Türdeştir	Türdeş Değildir
Üretim ve dağıtım tüketimden ayrılmıştır	Üretim ve tüketim eş zamanlı süreçlerdir
Bir şeydir (nesnedir)	Bir faaliyet ya da süreçtir
Temel değerler fabrikada üretilir	Temel değer alıcı ve satıcı etkileşimlerinde üretilir
Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmazlar	Müşteriler üretime katılırlar
Stoklanabilir	Stoklanamaz
Sahiplik transfer edilebilir	Sahiplik transfer edilemez

Kaynak: Öztürk, S. A. (2003). Hizmet Pazarlaması, Ankara: Ekin Kitabevi, 5. Baskı, s. 8

Hizmet kavramı 1970’li yıllara gelene kadar pazarlanabilir bir mal olarak görülmüyordu. Hizmetler mala bağlı hizmetler ve mala bağlı olmayan hizmetler olarak hayatın her noktasında geniş bir alanı kapsamaktadır. Hizmetlerin bu kadar kapsamlı olması, sunulan hizmetlerin geliştirilmesi ve iyileştirilmesini sorunlu kılmaktadır (Karahan, 2006: 13). Ürünler önce üretilir, daha sonra satılır ve ondan sonra tüketilirler. Oysa hizmetler önce satılır, daha sonra üretilir ve eş zamanlı tüketilirler. Hizmet sunumunda genellikle aracısız ve doğrudan dağıtım olasılığının bulunması, pazarlama ve üretimin birbirlerini önemli ölçüde etkilemesi gibi nedenlerle, üretici ve satıcı aynı oluşumlar olarak faaliyet göstermektedir (Parasuraman, Zeithaml Berry, 1985: 35).

Hizmetler, başlı başına soyut ve kendi başlarına düşünülebilecekleri gibi; bir fiziksel malın uzantısı ya da bir fiziksel malla beraber de düşünülebilmektedir. Örneğin; eğitim tek başına bir hizmet faaliyeti olarak düşünülebileceği gibi, fiziksel bir mal olarak klima ve klimanın kullanılacağı yere monte edilmesi için alınan hizmeti, malla birlikte alınan bir hizmet olarak düşünmek mümkündür (Duygun, 2007: 4).

Hizmet sektöründe hizmet işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlere olan talep giderek artmaktadır. Gelişen teknoloji, müşterilere rahatlığı ve kolay tüketimi sağlamıştır. Başka bir deyişle teknolojinin gelişmesi, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir role sahiptir. Yeni otomobillere, cep telefonlarına, çağrı cihazlarına, bilgisayarlara, tam bilgisayar donanımlı otellere olan ilgi ve talepteki artış hizmet sektörünün teknoloji sayesinde geliştiğini göstermektedir. (Öztürk, 2003: 18).

Sistematik ve teknik olarak 1700’lü yıllardan bu yana gelişerek incelenmekte olan hizmet kavramı, insanların birlikte yaşamalarının doğal bir sonucu olarak yaşamın her aşamasında değişik biçimlerde ortaya çıkmaktadır (Sevimli, 2006: 1)

1.1. HİZMETLERİN TANIMI

Hizmet genel bir tanımla, bir başka insanın ihtiyacını gidermek için belirli bir fiyattan satışa arz edilen ve herhangi fiziki bir malın mülkiyetini gerektirmeyen faaliyet ve yararlardır. Hizmet, fayda sağlayan faaliyettir ve bir üretim sürecinin çıktısıdır. (Cengiz ve Kırkbir, 2007: 264).

Günümüzde hemen hemen tüm örgütler varoluş amaçlarını “hizmet vermek; halka hizmet etmek” biçiminde ifade etmektedir. İletişim yoluyla müşterilere yansıyan bu mesajlar, hem kamu kuruluşları ve hem de özel sektörde yer alan işletmeler

tarafından iletilmektedir. İlginç olan ise geleneksel açıdan hizmet işletmesi olarak tanımlanabilen bankalar, restoranlar, turizm işletmeleri dışında artık bir buzdolabının, otomobilin, bilgisayarın satışının da hizmet ağırlıklı mesajlar içermesidir. Dolayısıyla günümüzde ekonominin klasik imalat, ticaret ve hizmet biçimindeki üçlü ayrımı yerine, her sektör kendini bir hizmet örgütü olarak konumlandırmayı seçmektedir. Bu karmaşıklık nedeniyle hizmetin pek de kolay tanımlanamayan, anlaşılamayan ve kavranamayan bir olgu olduğu ise kolayca söylenebilir ve bu zorluk hizmetin tanımlanmasıyla ilgili çabalar göz önüne alındığında netleşir. Bu bağlamda hizmete ilişkin tanımlara geçmişten bugüne değin bakmak, hizmetin tarih boyunca ne olarak algılandığına ilişkin fikir oluşturabilecektir (Öztürk, 2003: 3).

Tablo 1. 3. Hizmetlerin Tarihsel Tanımları.

Fizyokratlar (- 1750)	Tarımsal üretim dışındaki tüm faaliyetler
Adam Smith (1723-90)	Somut (dokunulabilir) bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetler
J.B. Say (1767-1832)	Ürünlere fayda ekleyen, tüm imalat dışı faaliyetler
Alfred Marshall(1842-1924)	Yaratıldığı anda varlık bulan mallar (hizmetler)
Batı Ülkeleri(1925-60)	Bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan hizmetler
Çağdaş	Bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan bir faaliyet

Kaynak: Öztürk, S. A.(2003). *Hizmet Pazarlaması*. İstanbul: Ekin Kitapevi. s. 3.

Hizmet sektörü kavramını ilk kez 1934 yılında, Allan Fisher, “The Clash of Progress and Security” (Gelişme ve Güvenlik Tartışması) adlı eserinde kullanmıştır. Hizmet üretiminin tarihi çok eski olmasına karşılık, önemli gelişmelerin olduğu dönem sanayileşmeyi takip eden 20. yüzyıl olup, bu gelişmelerin hızı gün geçtikçe artma göstermiştir (Aksu, 2012: 10). Hizmetin, yapılan işin niteliğine göre, kurumdan kuruma değişen ve şekillenen yapısı nedeniyle tanımlanması da oldukça güç olan bir kavramdır (Sağnak, 2010: 8).

Hizmetler, soyut olma özelliğine sahip ve alındığında herhangi bir soyut mala sahip olmakla sonuçlanmayan, satış için sunulan faaliyetler ve faydalardan meydana gelen ürün çeşidi (Kotler, 2001: 291), ya da; zaman, yer, biçim ve psikoloji bakımından yarar sağlayan ekonomik faaliyetler olarak tanımlanabilir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 41). Başka bir şekilde hizmet, “Müşterilerin yaşantılarından kaynaklanan ve çoğunlukla fiziksel olmayan sorunlarını çözmeye ya da çözümü kolaylaştırmaya yarayan sistemler, faaliyetler ve faydalar toplamıdır.” şeklinde tanımlanmıştır (İslamoğlu, vd. 2006: 18).

Hizmet kavramı, soyut nitelikte, bir gruptan diğer bir gruba devredildiğinde hiçbir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan, sunanın insan olmasından dolayı heterojen yapıda ihtiyaçları ve istekleri karşılayan eylemler şeklinde tanımlanabilir (Özgüven, 2007: 2). Hizmet; ürünlerin dokunulabilirlik ve dokunulmazlık özelliği, nelerin hizmet olduğu, hizmetin kapsamı, fiziksel etkileşimin boyutları gibi birçok farklı özellik temel alınarak tanımlanmaya çalışılmıştır (Fındıklı, 2010: 28). Örneğin, otel odasının kiralanması, bankada depozit para bulundurma, psikiyatriste gitme, kuaförün saçta şekil vermesi, arabanın tamir edilmesi, elbiselerin kuru temizlemeciye verilmesi gibi hizmetler, kâr amacı ile yapılan hizmetlerdir. Devlet hastanelerinde sağlık, devlet üniversitelerinde eğitim, belediyelerde eğitim hizmetleri ise kâr amacı gütmeyen bazı hizmetlerdir. Bütün bunları göz önüne alarak hizmet; “İnsan ve makineler tarafından insan gayretiyle üretilen ve müşterilere doğrudan fayda sağlayan, fiziksel olmayan ürünlerdir” şeklinde tanımlanabilir (Karahana, 2006: 27).

Müşteri istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve tatmininin sağlanması amacıyla işletmenin bütün birimlerinin koordineli olarak çalışmasını içeren bir işletme yönetim felsefesidir (Varinli ve Çakır, 2004: 35).

1.2. HİZMETLERİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Hizmetin soyut niteliğinden dolayı herhangi bir şekilde envanteri tutulamamakta, saklanamamakta, doğrudan alınmakta ya da anında üretilip tüketilmekte, görsellik, nesnellik ve mülkiyet ilişkisi bulunmamaktadır (Eleren ve Görmüş, 2007: 182). Hizmetlerin bu nitelikleri, hizmetin üretimini, satışını, kişilerin kalite algısını ve tatminini önemli ölçüde etkilemektedir. Ancak hizmetlerin soyut oluşu, hizmet alanların hizmeti satın almadan önce, alacakları hizmetin kalitesini değerlendirmesini de zorlaştırmaktadır (Papatya, Papatya ve Hamşioğlu, 2012: 89).

Fiziksel mallara göre önemi geç farkına varılan hizmetlerin, mallardan ayrılan bazı önemli özellikleri bulunmaktadır. Hizmetlerin özelliklerinin ortaya konulması, hizmet yönetiminin daha etkili ve verimli yerine getirilmesine ve hizmet kalitesinin artırılmasına yardımcı olacaktır. Hizmetlerin özellikleri buldukları ortam, insan kaynakları ve üretim sürecine katılan müşterinin yapısına göre ön plana çıkabilir ya da arka plana gerileyebilir (Kemahlı, 2006: 14).

Hizmetlerin ortak özellikleri (Otan, 2007: 4):

- Soyutluk),

- Hizmetlerin Eşzamanlılığı,
- Heterojenlik,
- Dayanaksız Olma,

olarak sıralanabilir.

1.2.1. Soyut Olma (Fiziksel varlığının olmaması)

Hizmetlerde elle tutulamaz olmak, hizmetleri ürünlerden ayıran temel özellik olarak kabul edilmektedir. Hizmetlerin ürünlerden farklarını yaratan diğer özellikler temelde elle tutulamaz olma özelliğine dayanmaktadır. Hizmetler elle tutulamaz olmasından dolayı dokunulamaz, görülemez, koklanamaz, duyulamaz veya hissedilemez olmaktadır. Hizmet tanımlarında yer alan güvenilirlik, kişisel alâka, hizmet sunumu yapan personelin samimiyeti, özeni ve dikkati gibi gözle görülemeyen niteliklere, sadece hizmetin satın alınıp kullanılmasından sonra karar verilebilir (Güney, 2010: 5). Hizmet müşterileri, hizmetin soyut olmasından dolayı ortadaki belirsiz durumu azaltmak için yer, ekipmân, çalışanlar ve fiyat gibi görülebilen etkenleri araştırır ve hizmet hakkında sonuca varmaya çalışır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 47). İşletmeler ise, malları pazarlarken mevcut performansa göre ileriye dönük tahminler yapabilirken, hizmetlerin fiziksel varlığa sahip olmamalarından dolayı hizmet pazarlamasında objektiflik gerçekleştirememekte ve doğru tahmin yürütmek çoğu zaman mümkün olmamaktadır (Karahana, 2006: 51).

Bir hizmet satın alındığında söz konusu olan bir mülkiyet devri değil, bir kullanım hakkı, bir tecrübe, bir tüketimdir (Üner, 1994: 3). Hizmet satın almadan önce görülmez, hissedilmez, duyulmaz ve koklanamaz. Kişi satın almadan önce tam sonucu göremez. Hasta, doktorun muayenehanesinde tedavinin faydalı olup olmayacağını bilemez. Hizmet alıcısı, belirsizliği azaltmak için, hizmet kalitesinin belirti ve delillerine bakacaktır. Hizmet müşterileri, bir hizmeti satın alırken daha çok geçmişteki deneyimlerinden yararlanmaktadır. Daha önceki deneyimler ve bilgiler hizmetin tekrar satın alınmasında büyük rol oynar (Özdemir, 2006: 28-35)

1.2.2. Hizmetlerin Eşzamanlılığı

Hizmetler üretildikleri anda tüketilir. Oysa fiziki mallar üretilir, depolanır, tekrar tekrar satılır ve sonra tüketilir. Hizmetin üretilebilmesi için müşterinin varlığı şarttır. Müşteri ile hizmet üreticisi arasındaki ilişki, hizmet pazarlamasının bir özelliğidir.

Hizmetin meydana gelmesinde müşteri ve hizmet üreticisi birlikte etkilidir. Bu özellik bir işletme tarafından sunulan hizmetlerin hacmini de kısıtlamaktadır. Örneğin; tiyatro oyunu sergilenmeden önce bilet satın alınır, oyun sergilenirken seyirci de aynı zamanda seyrederek (tüketir). Hizmet üreten kişi (doktor, avukat, tiyatrocü. vb.), hizmetin bir parçasıdır ve hizmetten ayrılmaz (Güzel, 2007: 45-64).

Müşteri açısından hizmeti sağlayan insandır, yani insanın hizmetin kendisini oluşturması, performansın zamana ve döneme bağlı olarak değişmesine ve dalgalanmasına neden olabilmektedir. Öte yandan değişkenlik müşteriden de kaynaklanabilmektedir. Ayrıca, hizmetlerin istenildiği anda üretilmesi, yani üretimde düzenliliğin olmaması dolayısıyla standardizasyonun sağlanmasında sıkıntılar yaşanabilmektedir. Örneğin, bir otel işletmesinde konaklayan bütün müşteriler aynı tür odalarda konaklama yapsalar bile, kendilerine sunulan hizmetten aynı düzeyde tatmin olmaları her zaman mümkün olmamaktadır (Kozak, 2006: 19-20).

Hizmetler aynı anda üretilip tüketildiği için kitlesel üretim imkânsız olmamasına rağmen güçtür. Örneğin, bir tamircinin belli bir zaman diliminde tamir edebileceği araba miktarı veya bir doktorun muayene edebileceği hasta sayısı kısıtlıdır (Öztürk, 2003: 10). Ancak, hizmet üreticisi geniş gruplarla çalışmayı öğrenebilir. Psikiyatrist birebir çalışabileceği gibi bir konferans salonunu dolduran insanlarla da çalışabilir. Doktor bir hastası için 30 dakika harcayabileceği gibi aynı süre zarfı içerisinde çok daha fazla sayıda hasta ile de ilgilenebilir (Güzel, 2007: 45-64).

Diğer bir konu ise, hizmet üreten kişi ile satıcının çoğu zaman aynı kişi olması, hizmet sektöründe doğrudan dağıtım imkân dâhiline sokmakta, dolayısıyla pazarlama ve üretim faaliyetlerini iç içe bir duruma getirmektedir. Ancak seyahat ve sigorta acenteleri gibi kuruluşlar, hizmet üreten işletmeyi temsil ederek tanıtımını üstlenirler. Bu durumlarda, hizmet üretiminde dolaylı dağıtım kanalından söz edilebilir (Kemahlı, 2006: 18).

1.2.3. Heterojenlik

Hizmetin kalitesini kontrol etmek, sürekliliğini ve performansını önceden kesin olarak ölçmek zordur. Hizmetin özü ve özellikleri ancak onu üreten insanın kişisel yeteneği ve kapasitesi ile yansıtılabilir. Çünkü hizmetlerin sunumu insanlar tarafından sağlanmaktadır. Hizmeti sunan personel de, o günkü motivasyon, moral ve tutumuna göre farklı hizmet sunabilecektir (Üner, 1994: 2). Müşterinin gözünde hizmet, insan

kaynaklarının performansdır. İnsanların performansları da sürekli değişkenlik gösterir. Hizmetin değişken olmasının bir diğer nedeni de müşteri'nin her zaman aynı olmamasıdır (Öztürk, 2003: 3). Bu nedenle hizmetlerin pazarlanması açısından önemli bir sorun da, aynı kalitede hizmet sunumunun her an gerçekleştirilmesinin mümkün olmamasıdır (Erbıyık ve Biçer, 2007: 51). Örneğin; bir doktorun hastasına bugün gösterdiği tavır ile bir sonraki günkü tavrı değişebilir; havayolu şirketi farklı zamanlardaki uçuşlarında aynı hizmet kalitesini sağlayamayabilir. Bir kuaför daha önce bir müşterisinin saçına çok iyi bir şekil verdiği halde sonraki zamanda müşterisini tatmin edemeyebilir (Kemahlı, 2006: 17). Bu bağlamda hizmet işletmelerinde, kurumsal imaj oluşturma, markalaşma ya da müşteri'de sadakat oluşturma gibi pazarlama üstünlüklerinin kazanılması oldukça zordur. Aynı durum, müşteriler için de geçerlidir ki, onlar da satın aldıkları hizmetin kalitesini ölçmekte zorluk çekmektedir (Erbıyık ve Biçer, 2007, 51).

Hizmet pazarlaması yapan işletmeler, zorlandıkları kalite kontrolünü aşağıdaki gibi üç adımda yapabilir (Kemahlı, 2006: 23):

- İnsan kaynakları seçimine ve eğitimine önem verme, yatırım yapmak (havayolu şirketleri, oteller ve bankalar bu konuda önemli harcamalar yapmaktadır.) Hizmet işletmelerinde hizmet performans kriterlerinin standartlaştırılması, tutarlılığının sağlanması (hizmet akış tablosu kullanarak).
- Müşteri memnuniyetini hedef almak, şikâyet ve önerileri dikkate almak, müşteri'yi iyi incelemek ve karşılaştırmak suretiyle hizmet pazarlamasındaki zayıf yönler ortaya çıkarılır ve düzeltilir.
- Hizmetlerin standart hale yaklaşmasına çaba gösterme. Hizmetlerin standartlaştırılmasındaki zorluklar ve bunun neticesinde ortaya çıkan kalitedeki tutarsızlık ve değişken yapı, birçok uzmanın da hemfikir olduğu, hizmetlerin temel özellikleri arasında yer almaktadır. Diğer yandan, hizmeti alan müşterilerin de beklenti ve ihtiyaçlarının farklı olduğu düşünüldeğünde, değişken hizmet yapısının işletme başarısına katkı sağlayabileceği de söylenebilir. Yine de işletmelerin sunduğu hizmet kalitesindeki tutarsızlıklar müşteri tatmininin temin edilmesi bakımından bir risk olarak algılanabilir.

1.2.4. Dayanıksız Olma

Hizmetler üretildikleri anda tüketilmektedir. Bu da hizmetlerin stoklanamayacağını göstermektedir. Bu özellik aynı zamanda hizmetlerin dayanıksız olması anlamına da gelmektedir. Dayanıksızlık, hizmetlerin stoklanamaması, saklanamaması, iade edilememesi ve yeniden satılamamasının genel ifadesidir. Hizmet işletmelerinin niteliği gereği, belirli bir zaman diliminde kullanılmayan kapasite daha sonra kullanılmak veya satılmak için tutulamaz (Özgüven, 2008: 654). Hizmet üreten işletmeler, belirli bir zamanda kapasitelerinin tamamını kullanamazlar ise geriye dönme şansları olmadığından, kullanılmayan kapasitelerinden dolayı zarar etmiş olacaktadırlar (Otan, 2007: 6). Örneğin, bir eğitim kurumunda kapasitenin altında yapılan kayıtlar nedeniyle doldurulamayan kontenjanın, uçak yolculuğunda ise boş kalan koltukların daha sonra değerlendirilmesi mümkün değildir (Güney, 2010: 7).

Bazı hizmetlerde ise talebin düzensiz oluşu hizmetlerin dayanıksızlığını artırır. Hizmetlere karşı talep yıl içinde mevsim, hafta ve hatta gün içinde saatlere göre değişebilmektedir. Hizmetlerin dayanıksızlığı ve talebin belli olmaması, hizmet işletmesi yöneticilerinin arz ve talebi karşılamak için fiyatlandırma, hizmet planlaması, satış çabalarına ilişkin önlemler almasını gerektirmektedir. Örneğin, turizm tesisleri sezon dışındaki boş kapasitelerini sempozyum ve seminer gibi faaliyetler için hizmete sunabilmektedir. Özel sağlık kuruluşları da doktorların ve diğer personelin âtıl kalmasını önlemek için benzer bir uygulama ile talebin düşük olduğu dönemlerde, düşük fiyatlarla checkup vb. hizmetleri verdikleri görülmektedir (Öztürk, 2003: 11).

1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI

Hizmet sektöründe sınıflandırma önemli, ancak hizmetlerin çok farklı ve geniş bir yelpazede yer almalarından dolayı oldukça zordur. Örneğin; uluslararası bir banka zincirini, bir kuaförü ya da bir doktoru aynı hizmet grubu içinde incelemek olanaksızdır (Öztürk, 2003: 25). Hizmetlerin sınıflandırılması, işletme yöneticilerine, diğer sektörlerdeki gelişme ve değişimleri izleme ve değerlendirme fırsatları sunar. İşletmeler, bu fırsatları değerlendirerek rakiplerinden daha öne geçme şansını yakalayabilir. Sınıflandırma sayesinde yöneticiler, hangi hizmet işletmesiyle ortak noktalarda hareket ettiğini veya hangi işletmelerle ortak noktada hareket etmediğini belirleme imkânı bulur (Karahan, 2000: 23).

Günümüzde hizmetler ile fiziksel malların birbirinden farklı özelliklere sahip oldukları akademisyenler tarafından genel kabul görmüş durumdadır. Fakat birçok ürünün içeriğinde hem fiziksel ürün hem de hizmet olması nedeniyle, tüm ürünleri fiziksel ürün ya da hizmet ürünü kategorilerinden birinde değerlendirmek çok basit kalmakta, bu nedenle kesin çizgilerle ayırmak yerine süreç tekniği kullanılmaktadır. İki ucunun birinde kolay değerlendirilenler, diğer ucunda zor değerlendirilenler olan bir süreç kullanılan süreçlerdendir. Bu önerilerin ardından hizmetlerin sadece “değerlendirme kolaylığı” özellikleri ile birbirinden farklılaşmadığı, birçok özellikleri göz önüne alınarak hizmetlerin gruplandırılabilmesi ve bu gruplandırmaya göre pazarlama stratejileri üretilebileceği savunulmuştur (Tanrıverdi ve Erdem, 2010: 74).

Yapılan açıklamalar doğrultusunda hizmetler aşağıdaki gibi farklı şekillerde sınıflandırılabilir (Çiftçi, 2008: 8; Erdem, 2007: 18; Fidan, 1996: 83; Öztürk, 2003: 28):

- İnsana Yönelik Sınıflandırma
 - İnsan gücüne dayalı olan hizmetler,
 - İnsan gücüne dayalı olmayan hizmetler.
- Müşteriye Yönelik Sınıflandırma
 - Müşterinin Hazır Bulunmasını Gerektiren Hizmetler
 - Müşterinin Hazır Bulunmasını Gerektirmeyen Hizmetler
- Hizmetlerin Arz Edildikleri Pazara Göre Sınıflandırılması
 - Tüketici Hizmetleri
 - Üretici Hizmetleri
 - Hem Üretici Hem Tüketici Hizmetleri
- Hedef Pazara Yönelik Sınıflandırma
- Kâr Amacına Yönelik Sınıflandırma

1.3.1.İnsana Yönelik Sınıflandırma

İnsan yönelik hizmetler literatürde şu başlıklar altında toplanabilir (Erdem, 2007: 18):

- İnsan gücüne dayalı olan hizmetler,
- İnsan gücüne dayalı olmayan hizmetler.

İnsan Gücüne Dayalı Olan Hizmetler

İnsan gücüne dayalı olan hizmetler şu şekilde örneklendirilebilir

- Kalifiye olmayan işgücü (Çim kesme, bekçilik, müstahdem ve hizmetçilik, kapıcılık, telefon, su, elektrik vb. faturaları ödeyen ve çeşitli beceri gerektirmeyen işleri yapan firmalar, bankacılık sistemleri),
- Kalifiye işçilik (Alet onarım/bakımı, yönetici bulma, yiyecek–içecek ve ilgili hizmetler- catering),
- Profesyoneller (Avukatlar, yönetim danışmanları, muhasebeciler).

İnsan Gücüne Dayalı Olmayan Hizmetler

İnsan gücüne dayalı olmayan hizmetler de şu şekilde örneklendirilebilir.

- Otomatikleştirilmiş (Elektronik vb. sistemler yardımıyla otomatik olarak çalışan, satış makineleri, bankamatikler vb.),
- Nispeten fazla becerili/kalifiye olmayan operatörlerce işletilen hizmetler (Sinemalar, merkez istasyon koruma hizmetleri, kuru temizleme, taksiler),
- Kalifiye operatörlerce işletilen (Havayolları, gemiler, bilgisayarlar, devre-mülk vb.).

1.3.2. Müşteriye Yönelik Sınıflandırma

Araştırmada müşteriye yönelik hizmetler; müşterinin hazır bulunmasını gerektiren hizmetler ve müşterinin, hizmet ortamında bulunmasını gerektirmeyen hizmetler olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır.

Müşterinin Hazır Bulunmasını Gerektiren Hizmetler

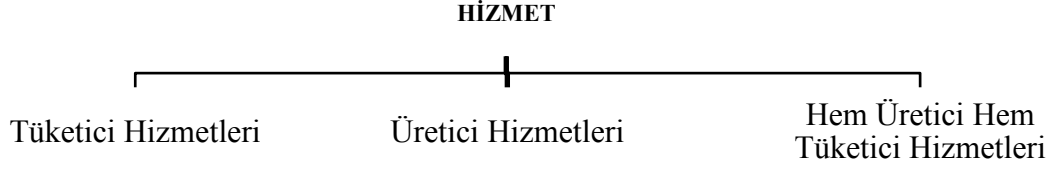
Müşterinin hazır bulunmasını gerektiren hizmetlere yeme-içme ve sağlık hizmetleri örnek verilebilir. Müşterilerin hizmet sunumu esnasında fiziksel mevcudiyetlerinin gerekmesi ve hizmetin gerçekleştirilmesi süresince zaman harcamalarını gerektirmektedir. Müşterilerin hizmetlerden tatmin olmaları ise hizmeti sunan personelden ve hizmeti kullanan diğer müşterilerin özelliklerinden etkilenebilir. Müşterinin fiziksel olarak bulunduğu hizmetlerde hizmet sunulan mekan ve zamanlama faktörleri önem kazanır. Bu durumda, hizmet ortamının düzenlenmesi önem arz etmektedir. Burada işletme, müşterinin ihtiyaçlarını dikkate alarak gerekli düzenlemelere gitmelidir (Öztürk, 2003: 28).

Müşterinin Hazır Bulunmasını Gerektirmeyen Hizmetler

Müşterinin, hizmet ortamında bulunmasını gerektirmeyen hizmetlere; otomobil tamir ve bakım hizmetleri örnek verilebilir. Bu tür hizmetlerde, müşteri hizmet veren personeli ya da mekânı görmeyeceği için hizmetin teknik kalitesi önem kazanır, hizmet süreci daha az önemlidir. Örneğin, kredi kartları ve bazı sigortalar için hizmet verilen kuruma gitmeden telefon ya da posta yoluyla hizmetten faydalanılabilir (Öztürk, 2003: 28).

1.3.3. Hizmetlerin Arz Edildikleri Pazara Göre Sınıflandırılması

Hizmetler arz edildikleri pazara göre aşağıdaki şekilde sınıflandırılır (Çiftçiabaşı, 2008: 8):



Şekil 1.1. Hizmetlerin Arz Edildikleri Pazara Göre Sınıflandırılması

Kaynak: Çiftçiabaşı, G. (2008). Belediyelerde Hizmet Pazarlaması ve Üniversite Öğrencilerinin Eğitim Hizmetlerine Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı, s: 8.

Tüketici Hizmetleri

Tüketici hizmetleri, hizmeti kendisine bir fayda sağlamak amacıyla kullanan bireyler için sağlanır. Bu hizmetlerin tüketiminde bunun ötesinde bir ekonomik fayda yaratılmaz (Öztürk, 2003: 26). Bu hizmetler; kolayda hizmetler, beğenmeli hizmetler ve özellikli hizmetler olarak da gruplara ayrılabilir. Örneğin kişisel bakım hizmetleri kolayda hizmetlerden, sigorta ve araba tamiri beğenmeli hizmetlerden, sağlık, avukatlık gibi hizmetlerde özellikli hizmetlerden sayılabilir (Karahana, 2000: 24).

Üretici Hizmetleri

Üretici hizmetleri ise bir işletmeye sağlanan hizmetlerdir. İşletme ekonomik faydası olan bir şey üretir. Bazı hizmetler ise hem üretici hem de tüketiciler için üretilebilir (Öztürk, 2003: 26).

Hem Üretici Hem Tüketici Hizmetleri

Hem üretici hem tüketici hizmetleri; nihai kullanıcılara ve endüstriyel kullanıcılara sunulan hizmetlerdir. Banka, sigortacılık, ulaşım gibi hizmetler bu tür hizmetlerdir (Çiftçiabaşı, 2008: 9).

1.3.4. Hedef Pazara Yönelik Sınıflandırma

Hizmetler başka bir sınıflandırmaya göre, hedef pazara bağlı hizmetler, hizmet üretenler açısından değer, mal ya da hizmetlere bağlı olarak da sınıflandırılabilirler (Fidan, 1996: 83):

- Hedef Pazara Bağlı Hizmetler,
- Taraflara Bağlı Hizmetler,
- Diğer Mal ya da Hizmetlere Bağımlılığı Açısından Hizmetler.

Hedef Pazara Bağlı Hizmetler

Bu sınıflamada hizmetin sunulduğu hedef grubun özellikleri ön plâna alınmaktadır. Sınıflamanın amacı, hizmet verilen alıcı ya da alıcı gruplarının gereksinimleri ve davranış özelliklerini ayırabilmektir. Burada hizmetin sunulduğu hedef grubun özellikleri ön plana alınmakta ve buna göre iki açıdan hizmetler incelenmektedir:

- Kişisel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik hizmetler: Kişi ya da grupların şahsî ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hizmetlerdir.
Örneğin, eğitim hizmetleri gibi.
- İş ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik hizmetler: Bir örgütün problemlerinin çözümüne yönelik danışmanlık gibi hizmetlerdir.

Taraflara Bağlı Hizmetler

Bu sınıflamanın amacı, yatırımda ve üretimde kaynakların optimum dağılımı, üretim sürecinde, insan, alet uyumlaştırması, iş gücün seçimi ve eğitim kararları, üretim hattı modellerinin belirlenmesi gibi konularda daha uygun plânlar yapılabilmesini kolaylaştırmaktır. Bu açıdan hizmetler iki grupta incelenebilir:

- Hizmet Üretenler Açısından: Hizmeti üretenler açısından yapılacak sınıflamada kendi arasında ikiye ayrılabilir: Birincisi üretimi insana bağlı hizmetler, bu gruptaki hizmetler de kendi için de üç grupta değerlendirilebilir. Vasıflı elemanlara dayalı hizmetler (eğitim hizmetleri

gibi) ve vasıfsız elemanlara dayalı hizmetler (temizlik işleri gibi destek hizmetler). İkincisi üretimi araçlara bağlı hizmetler, bu hizmetler de; tam otomatik aletlere dayalı (otomatik araba yıkama hizmeti gibi), otomatik olmayan ve vasıfsız işgücü gerektiren aletlere dayalı (taksi hizmetleri gibi), uzman kullanıcılar gerektiren aletlere dayalı (bilgisayarlı tomografi gibi) olmak üzere kendi içinde üçe ayrılmaktadır.

- Hizmet Alıcısı Açısından: Bu yaklaşıma göre hizmetler, üretim sırasında alıcının hazır olup olmaması esasına göre gruplandırılmaktadır. Birincisi üretimi sırasında alıcının bulunmasını gerektiren hizmetler, eğitim, doktorluk, danışmanlık gibi hizmetler. İkinci ise üretimi sırasında alıcının bulunmasını gerektirmeyen hizmetler, avukatlık, muhasebecilik, kuru temizleme hizmetleri gibi.

Diğer Mal ya da Hizmetlere Bağımlılığı Açısından Hizmetler

Hizmet üretiminin değer mal ya da hizmetlere bağımlılığı, saf hizmetler olmak üzere sınıflandırılır:

- Hizmet Üretimini Diğer Mal ya da Hizmetlere Bağımlılığı: Burada araba tamiri, fotokopi, bilgisayar bakım hizmetleri ve lokanta gibi bir malın satışına bağlı olan hizmetler ya da ameliyat öncesi hazırlık hizmetleri gibi daha sonraki hizmete bağlı olan hizmetler olmak üzere iki grup sözkonusudur.
- Saf Hizmetler: Herhangi bir mal ya da hizmetin üretim ya da satışına bağlı olmayan hizmetler bu grupta yer alır. Çocuk bakım hizmetleri, kundura tamirciliği gibi.

1.3.5. Kâr Amacına Yönelik Sınıflandırma

Kişiler ya da işletmeler tarafından kâr amacıyla satılan hizmetler ticari hizmetler olarak bilinirler. Ticari hizmetler, tüketiciler ve örgütler tarafından satın alınır. Bu tür hizmetler şunlardır (Erdem, 2007: 20):

- Barınma hizmetleri (otel, ev, çiftlik kiralama vb.),
- Konut hizmetleri (konut onarımı, konut temizleme vb.),
- Eğlence hizmetleri (lokanta, spor, konser, sinema vb.),
- Bakım hizmetleri (giysi temizleme, berberlik vb.),
- Sağlık hizmetleri (doktorluk, hemsirelik vb.),

- Öğretim ve eğitim hizmetleri (özel okul, kurs vb.),
- Meslek ve işletme hizmetleri (avukatlık, muhasebecilik vb.),
- Sigorta ve finansal hizmetler (sigortacılık, bankacılık vb.),
- Taşıma ve haberleşme hizmetleri (insan ve mal taşıma, PTT hizmetleri vb.).

İşletme dışı (kâr amacı gütmeyen örgütlerin sağladıkları) hizmetlere örnek olarak; sağlık hizmetleri, hastanelerin sunduğu hizmetler, eğitim, dini hizmetler, dernek ve vakıfların verdiği hizmetler, posta hizmetleri, kamu hizmetleri ve çeşitli mesleki ve sosyal hizmetler verilebilir. Kâr amaçlı/amaçsız hizmetler, pazarlanan ya da pazarlanamayan hizmetler olarak da değerlendirilebilir. Pazarlanan hizmetlerden kasıt, piyasa için yapılan üretimi ifade etmektedir. Pazarlanmayan hizmetler ise kamu kesiminin sunduğu bedava veya çok yüksek sübvansiyonlu hizmetleri, kâr amacı gütmeyen kuruluşların sundukları hizmetleri ve pazarlanmayan aile içi üretimi kapsamaktadır.

Hizmetler, belli ayrımlar gözetilerek aşağıdaki şekilde dört grup altında toplanabilir. Bu hizmet grupları şunlardır (Karahan, 2006: 30-32):

Dağıtıcı Hizmetleri

- Ulaştırma ve depolama hizmetleri,
- Haberleşme hizmetleri,
- Toptan ticaret hizmetleri,
- Perakende ticaret (yeme-içme yerleri hariç) hizmetleri.

Üretici Hizmetleri (Mal Üretenlere Hizmet Veren Alanlar)

- Bankacılık, finansman hizmetleri,
- Sigorta hizmetleri,
- Gayrimenkul alım satımı hizmetleri,
- Mühendislik ve mimarlık hizmetleri,
- Muhasebe hizmetleri,
- Çeşitli ticari hizmetler,
- Hukuki hizmetler.

Sosyal Hizmetler (Kişilere Topluca Sunulan Hizmetler)

- Sağlık hizmetleri,
- Hastaneler hizmetleri,

- Eğitim hizmetleri,
- Din hizmetleri,
- Dernek ve vakıf hizmetleri,
- Posta hizmetleri,
- Hükümet hizmetleri,
- Çeşitli mesleki ve sosyal hizmetler.

Kişisel hizmetler (kişilere özel sunulan)

- Ev hizmetleri,
- Konaklama hizmetleri,
- Yeme-içme hizmetleri,
- Tamir hizmetleri,
- Yıkama ve kuru temizleme hizmetleri,
- Berber ve güzellik salonu hizmetleri,
- Eğlence ve tatil hizmetleri,
- Çeşitli kişisel hizmetleri.

Bu sınıflandırmalardan başka ve daha genel olarak sınıflandırmalarda yapılabilir. Diğer taraftan hizmetleri, öncelikler veya önemlilik açısından ele almak ve değerlendirmek mümkündür. Kârlılık açısından düşünüldüğünde, hizmet işletmeleri, verdikleri tüm hizmetlerin, müşterilerini tatmin edecek boyutta olmasına özen göstereceklerdir. Fakat parayla değerlendirilemeyecek hizmetler vardır. Bu tür hizmetleri veren işletmeler, risk üstlenirler ve pazarlama stratejilerini belirlerken bu riskleri dikkate ekmek ve hizmet üretimini buna göre değerlendirmek durumundadırlar. Bu açıdan bakıldığında, hizmetleri, zorunluluk derecelerine göre de sınıflandırmak mümkündür. Buna göre (Karahan, 2006: 30-32):

Birinci Derece Zorunlu Hizmetler

- Sağlık hizmetleri,
- Yeme-içme hizmetleri,
- Barınma hizmetleri.

İkinci Derece Zorunlu Hizmetler

- Korunma (adalet-hukuk) hizmetleri,
- Eğitim hizmetleri.

Üçüncü Derece Zorunlu Hizmetler

- Haberleşme hizmetleri,
- Ulaşım hizmetleri,
- Sigortacılık hizmetleri,
- Bankacılık hizmetleri,
- Turizm hizmetleri.

Dördüncü derecede zorunlu hizmetler

- Kuaförlük hizmetleri,
- Giyim-kuşam hizmetleri,
- Tamir-bakım hizmetleri,
- Mühendislik ve mimarlık hizmetleri,
- Servis ve garanti hizmetleri ve v.b.

Hizmetlerin sınıflandırılması farklı kriterlere göre yapılmaktadır. Farklı kriterlere göre yapılan sınıflandırmalar incelendiğinde eğitim hizmetleri, insana bağlı olarak verilen hizmetler grubunda yer almaktadır. Bir başka kritere göre yapılan sınıflandırmada sosyal hizmetler altında yer alırken, diğer bir kritere göre yapılan sınıflandırmada ise ikinci derece zorunlu hizmetler sınıfında tasnif edilmektedir (Karahan, 2006: 30-32). Eğitim hizmetleri aynı zamanda, “İşletme dışı (kâr amacı gütmeyen örgütlerin sağladıkları) hizmetler” grubunda da değerlendirilebilir (Erdem, 2007: 20). Hizmetlerin sınıflandırılması bu şekilde yapıldıktan sonra bir sonraki bölümde eğitim hizmetleri, özelde yabancı dil eğitim hizmetleri ele alınmaktadır.

1.4. EĞİTİM HİZMETLERİ

Eğitim kavramının tam olarak tanımının ya da boyutlarının ne olduğu konusunda net bir fikir birliği yoktur. Eğitim, en sade anlamı ile var olan özelliklerin ve becerilerin geliştirilmesi, yeni becerilerin kazanılması süreci olarak görülebilir. Eğitimin çeşitleri ve süreçleri için de bu tanıma uygun olarak yaşamın her alanında uygun bir sınırlama getirilebilse de, tam anlamı ile sınırlandırılmış bir tanıma ulaşılması mümkün değildir. Araştırmanın bu bölümünde, eğitim kavramı ve eğitimin türleri ile ilgili genel bilgiler verilerek, literatürde var olan bilgilerin derlenerek, uygulama çalışması öncesi belli bir kavramsal alt yapının verilmesi amaçlanmıştır (Karakuş, 2010: 9).

Türkiye’de eğitim sistemi, yönetsel erk ya da karar verme yetkesinin merkezinde bulunduğu tekçi (unitary) bir sistemdir. Merkezi yönetim, ülke genelinde hizmetlerin dengeli dağılımında, fırsat ve olanak eşitliğinde, sosyal adalet ilkelerine uygun olarak eğitimin yayılmasında, ulusal düzeydeki projelerin gerçekleşmesinde ve ülke bütünlüğünün korunması açısından önemli ve yararlı hizmetler sağlamaktadır. Ancak günümüzde, merkezi yönetim yerel düzeyde; gereksinimleri, öncelikleri, sorunları ve çözümlerini saptayıp eyleme geçirememekte, yerel topluluklarla yakın ilişkiler kurup, onları sorunun çözümüne katkıda bulunmaya zorlayamamaktadır. Bu kısıtlılıklar ve sakıncaların eğitim sisteminin işlevini etkili bir şekilde yerine getirmesini engellediği görülmektedir (Göktaş, 2009: 19).

1.4.1. Eğitimin Tanımı

İngilizce education kelimesinin Türkçe karşılığı olan eğitim, talim terbiye, tahsil anlamına gelir. Bazı yaklaşımlara göre, eğitim, bireylerin davranışlarında kendi yaşantıları yoluyla ve kasıtlı olarak istedik değişim meydana getirme süreci ve istekli davranış oluşturma ya da istekli davranış değiştirme bu anlamda da bireyi istekli nitelikte kültürlenme sürecidir (Yıldırım, 2010: 5).

Eğitim, bireylerin davranışlarında kendi yaşantıları yoluyla kasıtlı ve istekli değişim meydana getirme sürecidir. Eğitim, önceden saptanmış amaçlara göre insanların davranışlarında belli gelişmeler sağlamaya yarayan planlı etkiler dizelgesidir. Eğitim, kişinin zihni, bedeni, duygusal, toplumsal yeteneklerinin, davranışlarının istenilen doğrultuda geliştirilmesi ya da ona bir takım amaçlara dönük yeni yetenekler, davranışlar, bilgiler kazandırılması yolundaki çalışmaların tümüdür (Güney, 2010: 9).

Eğitim, bireyin yapılarında (zihinsel, duygusal, fiziksel, sosyal, kültürel vb.) kendi yaşantısı yoluyla meydana gelen istekli kalıcı değişikliklerdir. Eğitim, insan yetiştirme faaliyetlerini ifade eder. Sistemin tahlili için bu kavramla neyin kastedildiğini belirlemek zorunluluğu söz konusudur. Eğitimin çeşitli tanımları yapılmaktadır. Yüzlerce tanım arasında farklılıklar olmakla birlikte, tanımların ortak ve değişmez unsuru “insan”dır. Birkaç örnekle açıklamak gerekirse; Eğitim (Karakuş, 2010: 8):

- Bir cemiyette yetişmiş neslin, henüz yeni yetişmeye başlayan nesle fikirlerini ve hislerini vermesidir,
- Bireyin idraklerinde, kavrayışında, zihniyetinde, tutum ve değerlerinde, kabiliyet ve maharetlerinde bir gelişme ve değişimdir,

- Bilenin bilmeyene yaptığı tesirdir,
- İşletme içinde veya dışında formal programlar yolu ile veya kendi kendine veya tecrübe kazanma yolu ile bir kişinin bilgi, yetenek ve becerilerinde değişiklik yapma faaliyetidir,
- Terbiye, bir şeyi basamak basamak, yavaş yavaş olgunluğa ulaştırmaktır ki, bunun alameti seçme ve olgunlaşma olur.

İstekli kültürlenme süreci olan eğitim ailede, sinemada, sokakta, okullarda ders aralarında her an, her yerde bir plana bağlı olmaksızın yapılabilir. Eğitimin bu türüne informal eğitim adı verilmektedir. Bünyesinde plan unsuru taşıyan eğitim ise formal eğitim olarak adlandırılmıştır. Formal eğitim, plan ya da kasıtlılık özelliğiyle informal eğitimden ayrılmaktadır (Yıldırım, 2010: 5).

1.4.2. Eğitimin Amacı ve Önemi

Eğitim; bireyin, toplumun ve gelecekteki insanlığın gelişim ve refahını güçlendirmeyi amaçlar. Bütün toplumlarda eğitimin amacı; yeni kuşaklara bir kültür birikimini aktarmak, gençlerin davranışını, yetişkinlerin hayat tarzı yönünde biçimlendirerek, onları gelecekteki toplumsal rollerine doğru yönlendirmektir. En ilkel kültürlerde, örgün eğitim, okul ve öğretmenlik gibi uzmanlaşmış kurum ve işlevler hemen hemen hiç yoktur; genellikle bütün toplumsal çevre ve etkinlikler, okul işlevi görür ve yetişkinlerin hemen tümü öğretmen konumundadır. Toplumlar karmaşıklaştıkça, kuşaktan kuşağa aktarılacak bilgi birikimi, kimsenin tek başına taşıyamayacağı kadar çoğalır ve kültür aktarımının daha seçici ve etkin yollarını geliştirmek gerekir. Okullarda ya da okul niteliği taşıyan kuruluşlarda, öğretmenliği meslek edinmiş kişilerce sürdürülen örgün eğitim bu gereksinimi karşılar. Eğitimin örgünleşmesiyle birlikte okul, çocukları belirli bir süre için ailelerinden ayırır ve öğrenim, genç kuşakların toplumca onaylanmış bir etkinliği durumuna gelir (Güney, 2010: 9).

Her alanda gelişimi ve kalkınmayı hedefleyen ülkemizin, en önemli sorunlarından biri iyi eğitilmiş, kalifiye insan gücü sorunudur. Ülkemiz ekonomisinin gelişmiş ülkeler ile küresel ortamda rekabet edebilmesi için mesleki yeterlilikleri yüksek, iş dünyasını yakından tanıyan ve iş dünyasına hızla uyum sağlayabilecek insan gücüne ihtiyacı vardır. Türkiye bu ihtiyaca yönelik yatırım yapmadan hedeflerine ulaşamayacağının farkındadır (Davras ve Bulgan, 2012: 228).

1.4.3. Eğitim Gereksiniminin Boyutları

Eğitim gereksiniminin boyutlarını temel olarak iki ana başlıkta incelenmesi mümkündür. Bunlardan birincisi toplumsal boyutta eğitim gereksinimi olup, toplum için eğitimin gerekliliğinin neler olduğunu kapsar. Klanlardan sonra toplu yaşama geçen insanoğlunun eğitim serüveni, toplulukla tanışması ve kurallara tabi olmasından sonra başlar ve süregelir. Eğitim gereksiniminin diğer bir boyutu ise bireysel bazda olup, bireyin var olduğu çevre ve sosyal yapı içerisinde bazı iletişim ve etkileşim becerilerini kazanması, toplumun bir parçası olması için gerekli olan donanımı edinmesi üzerine temellenmiştir. Bireysel bazda eğitim, toplumsal bazda eğitimin temellerini oluşturan ve toplumsal düzenin oluşturulmasını sağlayan sosyal bir olgudur (Karakuş, 2010: 10). Araştırmanın devam eden bölümünde, yabancı dil eğitimi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

1.4.4. Yabancı Dil Eğitim Hizmetleri

İletişim, insanlar arasında çeşitli ilişkilerin kurulması ve kurulan bu ilişkilerin çeşitli biçimlerde değiştirilerek sürdürülmesidir. Bu etkinlik katılanların karşılıklı olarak birbirlerine gönderdikleri, söyledikleri bildirimlerle gerçekleşir. Bildirimleri anlama aracı ise dildir. Dil insanın kimliğini ve kişiliğini belirler, bireyin toplumsallaşmasını sağlar. Düşünsel yaratıcılığın artmasında dilin etkisi büyüktür. Saydam bir düşünce saydam bir dille sağlanır (Fındıklı, 2010: 4).

Yabancı dil, bireyin içinde bulunduğu çevrede konuşulmayan bir dil olarak tanımlanabilir ve bu dilin bireye her bakımdan yabancı olduğu ve belirli amaçlar doğrultusunda öğrenildiği, ana dil öğretiminde olduğu gibi okulda belirli bir temel üzerine yükselmediği söylenebilir (Ağan, 2004: 7). Kısaca yabancı dil; Ana dilinin dışında olan dillerden her biri yani, ana dilinin dışında kalan tüm başka diller yabancı dildir (Tosun, 2006: 12). İlk öğrenilen dile ana dili veya birinci dil, ondan sonra öğrenilen dillere ise yabancı dil denir. Yapılagelen yorumlara göre, ana dili bilinçaltı işlemlerle edinilir. Yabancı dil ise bilinçli işlemlerle öğrenilir. Ancak, yabancı bir dili de, tıpkı anadili gibi edindirmeye dönük yöntemler denenmekte ve yeni arayışlar sürmektedir. İki ya da çok dilli toplumsal-kültürel bir ortamda yaşayan bir kimse (örneğin Almanya'da bir Türk çocuğu) için anadilinden sonra veya onunla birlikte edinilen dile ikinci dil denir. İkinci dil edinimi topluma uyumla ilgili (toplumsal-

ruhbilimsel) bir zorunluluk, yabancı dil öğrenimi ise, kültürel ve mesleki bir gereklilik olarak algılanır (Fındıklı, 2010: 4).

İnsanların hayatın birçok alanında, her türlü ilişkiyi kurup yürütebilmeleri için uluslararası ortamda konuşulan ortak dilleri de öğrenmeleri gerekmektedir. Bu dillerin belirlenmesinde teknoloji, bilim ve askerlik alanında üstünlük önemli rol oynamaktadır. Bir ulus bir yabancı dili öğrenmeyi talep ediyorsa o dili üstün bir bilim ve kültür dili olarak görüyor demektir. Osmanlılar bu nedenle Arapça öğrenmişlerdir. Günümüzde ise, Türkiye’de yabancı dil eğitimi denince, Batı dillerinden öncelikle İngilizce, Almanca ve Fransızca dillerinin öğretimi akla gelmektedir. Bu dillerin arasında ise en çok öğrenilen dil İngilizce’dir (Özdemir, 2006:29).

1.4.4.1. Yabancı Dil Eğitime Genel Bakış

Küreselleşen dünyada yabancı dil bilme son derece önem kazanmıştır. Ülkemizde ilk ve ortaöğretimde verilen yabancı dil eğitiminin yeterli okuma, anlama, yazma ve konuşma becerilerini kazandırmadığı düşünülmektedir. Üniversitelerimizde yabancı dil dersleri üç biçimde verilmektedir. Bazı üniversitelerde İngilizce, öğretim dili olarak kullanıldığı için bir yıllık hazırlık eğitimi verilmektedir ve daha sonraki yıllarda öğrenciler alan derslerini İngilizce almak zorundadır. Bazı üniversitelerde ise, İngilizce program içerisinde ve zorunlu dersler kapsamında sürdürülmektedir. Üçüncü grupta yer alan üniversitelerde ise, bir yıllık yabancı dil hazırlık eğitimi verilip, daha sonraki yıllarda mesleki dil eğitimine devam edilmektedir (Genç, 2004: 30).

1.4.4.2. Yabancı Dil Öğretiminin Amaçları

Günümüzde bir yabancı dili bilmenin düzeyi, o dili öğrenen kişinin amacına göre farklı olabilmektedir. Bilim alanındaki ihtisas metni okuyabilmek için İngilizce öğrenen bir bilim adamının izlediği yol ile bir turistle konuşmak isteyen bir kişinin izleyeceği yol farklıdır. Bundan da anlaşılıyor ki farklı ortamlarda yabancı dil öğrenenlerin farklı öğrenim amaçları vardır. Ayrıca dil öğrenmede yaş faktörü de çok önemli bir rol oynamaktadır. Her insana aynı derecede yabancı dil öğretmek mümkün değildir. Bu nedenle dil öğretmede en makul olanı, herkese amacına uygun şekilde öğretmektir (Seven, 2003: 232).

1.4.4.3. Türkiye’de Öğretilen İlk Yabancı Diller

Türkiye’de yabancı dilin özellikle batı dillerinin 19. yy.’ın başlarında belirginleştiği görülmektedir. Bu tarihlerde Osmanlı aydınları Batı’nın üstünlüğünü

daha çok hissetmeye başlamış ve batı dillerinin öğretilmesini uygun görmüştür. Batı dillerine yönelişin nedeni ise, o zamana kadar egemen olan Arapça'nın düşünsel alanda gücünü koruyamamasıdır (Özdemir, 2003: 21).

Yabancı dil ilk kez, Mühendishane-i Bahrî-i Hümayun ve Mühendishane-i Berrî-i Hümayun okullarında Fransızca olarak okutulmaya başlanmıştır. Fransızca, Türkiye’de öğretilen yabancı dil olmuştur. Bu durum, o devirde Fransa ile olan yakın ilişkilere bağlanabilir. Fransızca’dan sonra İngilizce, ikinci yabancı dil olarak Robert Koleji’nin açılması ile öğretilmeye başlanmıştır. Tanzimat’ın ilanı ve Tanzimat Fermanı’ndan sonra batıya geniş ölçüde açılma döneminde yabancıların özel okul açma girişimleri artmış ve başta Fransız, İngiliz ve Amerikalılar olmak üzere Alman ve İtalyanlar kendi dilleri ile öğretim yapan okullar açmışlardır. Bu okullar devletin denetimi altında öğretimlerine devam etmişlerdir (Özdemir, 2006: 28-35).

1.4.4.4. Türkiye’de 1960’dan Günümüze Yabancı Dil Öğretimi

Türkiye’de yabancı dil eğitimi konusundaki arayışlar en yoğun şekilde 1. Dünya Savaşından sonraki döneme rast gelmektedir. 1933’deki üniversite reformuyla birlikte yurt dışından getirilen öğretim üyeleri (profesörler – Dewey, Malche), Türkiye’de geniş çaplı araştırmalar yapmışlar ve zamanın hükümetlerine raporlar sunmuşlardır. Bu raporlara ve profesörlerin görüşlerine paralel olarak bir dizi uygulamalar yapılmıştır. Almanya’da Hitler zulmünden kaçan öğretim üyeleri Türkiye’ye getirilmiş, yabancı dil bilen asistanlar aracılığıyla derslere girmişlerdir. Ancak bu şekilde bu işin yürümeyeceği anlaşıldığından, yabancı dil öğretimine ortaöğretimde ağırlık vermek gereği ortaya çıkmıştır. Bu dönemde en büyük sorunun, aslında yabancı dil öğretmeni yetiştiren düzgün bir kurumun olmadığı söylenebilir (Çelebi, 2006: 286).

Millî Eğitim Bakanlığı ve Avrupa Konseyi arasında yabancı dil öğretimi bağlamında yapılan en somut çalışmalar 1968 yılında başlamıştır. (Güneş, 2009: 338). Orta öğretimde yabancı dil eğitiminde başarıyı artırmak için kuruluşta Maarif Kolejleri, daha sonraki yıllarda Anadolu Liseleri’nin kuruluş amacı yetenekli öğrencilerin daha iyi bir eğitime tabi tutulması, bu öğrencilere iyi düzeyde İngilizce öğretilmesi ve bunun fırsat eşitliği sağlamak amacıyla devlet eliyle, ücretsiz yapılması idi. 1970’lerin başlarında girişilen bu olumlu teşebbüs, orta dereceli okullarda yabancı dil öğretiminin ve bu kapsamda İngilizce öğretiminin geliştirilmesi ve modernleşmesi çalışmaları, 1972 yılında Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kuruluna bağlı kurulan “Yabancı

Diller Öğretimini Geliştirme Merkezi” ile başlamıştır. Bu merkez ile Avrupa Konseyi arasında geliştirilen iş birliği çerçevesinde yabancı dil öğretim programları ve ders kitapları hazırlanmıştır. 1972-73 öğretim yılında 32 okulda devam edilmiş ve bu arada yabancı dil öğretimi için eğitim programı hazırlama çabalarına hız verilmiştir. Hazırlanan program 1973 yılında 1747 sayılı Tebliğler Dergisi’nde yayımlanmıştır. Ortaokul ve liselerde uygulanması uygun görülen bu program, yabancı dil ilkelerinin, her sınıfta kullanılacak ders araçlarının neler olacağını, öğretim yöntemlerini, konu içeriklerini ve öğrenme aşamalarını belirlemektedir. 1973-77 döneminde tüm orta dereceli okullarda bu programın uygulanmasının yaygınlaştırılması planlanmıştır. 1974-75 öğretim yılından itibaren kademeli olarak önceki program ve ders kitapları kaldırılmış yerine yeni program ve ders kitapları devreye girmesi ve bu işlemin 1977 yılına kadar tamamlanması karar altına alınmıştır (Güneş, 2009: 34; Talim ve Terbiye Kurulu 15.9.1947 tarih ve 263 no’lu Kararı).

Türk eğitim sistemi her öğrenciye bir yabancı dil öğretilmesi ilkesini benimsemektedir. Bu ilke 1960’tan sonra öğrenci sayısının artması ve buna karşılık açılan okul sayısının yetersiz oluşu nedeniyle beklenen sonucu verememiştir. Yani gittikçe kalabalıklaşan sınıflarda öğretimin niteliği düşmüştür. Buna tepki olarak açılan özel okullar ve özel dersanelerin sayıları giderek artmıştır. Bu gelişmelerin sonunda, yabancı dil öğretimi açısından üç ayrı düzenleme ortaya çıkmıştır (Özdemir, 2006: 28):

- Devlet okullarında, orta-öğretimde 3-5 saatlik, yükseköğretimde ise 4-6 saatlik yabancı dil öğretim ve öğrenimi zorunlu hale getirilmiş, liselerde yabancı dil kolu kurulmuştur.
- Özel Orta Öğretim kurumlarında haftada 8-10 saat ‘ağırlıklı’ yabancı dil öğretimi, yükseköğretim kurumlarında ise birinci yıl 20-25 saatlik ‘hazırlık’ öğretimi uygulanmaya başlanmıştır.
- Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ve diğer bazı üniversitelerde öğretimin tamamı, bazı üniversitelerin kimi bölümlerinde ise öğretimin üçte biri İngilizce vermeye başlanmıştır.

Ülkemizde orta ve yükseköğretim kurumlarında farklı mesleklere yönelik eğitim programları uygulanmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı, orta öğretim kurumlarında uygulamakta olduğu eğitim programlarını güncelleştirerek, eğitim programlarına uyum sağlamayı amaç edinmiştir. Ancak mesleki eğitim veren orta ve yükseköğretim

kurumlarındaki yabancı dil çeşitliliği ile bilgi düzeyini Avrupa Birliği ülkeleri seviyesine çıkarmadaki program geliştirme ve değiştirme çabaları henüz daha yeterli düzeye ulaşmamıştır (Sevi, 2010: 35).

1.4.4.5. Yabancı Dil Eğitiminin Günümüzdeki Durumu

Ülkemizde, Avrupa Birliği'ne üye olma sürecinde pek çok uyum ve hazırlık çalışmaları yapılmaktadır. Bu durum Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin mevcut durumlarının yakından izlenmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, Avrupa Birliği'ne üye ülkeler ile Avrupa Birliği'ne üye olma sürecindeki Türkiye'nin ilk ve ortaöğretim düzeyinde uygulanan İngilizce programlarının benzerlik ve farklılıklarının ortaya konması hem Türkiye için ve hem de araştırma konusu olan Avrupa Birliği ülkelerinin mevcut durumlarına ışık tutması açısından önemli olduğu düşünülmektedir (Karakuş, 2010: 46).

Dil öğretiminde her zaman sorunlar çıkmış ve bu sorunlara çözüm yolları bulunmaya çalışılmıştır; çünkü dil, yapısal görünümü bakımından çok karmaşıktır. Türkiye'nin bu açıdan dünyada pek benzeri olmayan bir uğraş içine girdiği rahatlıkla söylenebilir. (Yanar, 2008: 1).

Başarılı bir öğretim, hedeflerle doğrudan bağlantılı, öğrencilerin ilgi ve isteğini arttıran, iyi hazırlanmış malzemelerle sağlanır. Malzemeler, öğretim hedeflerine ulaşmada katkı sağlamalı, öğrencinin yetenek ve öğrenme düzeyine uygun olmalıdır. Zengin içerikli öğretim malzemeleri ile desteklenen bir dersin sonucunda öğretim daha ilgi çekici hale gelir, öğrenimin niteliği yükselir, öğrencilerin öğrendikleri konulara ve öğrenme sürecine yönelik olumlu tutumları artar. Bu nedenle malzemelerin seçiminde ya da tasarlanmasında üzerinde özenle durulması gereken yönler bulunmaktadır (Işık ve Altmışdört, 2010: 223).

1.4.4.6. Zorunlu Yabancı Dil Hazırlık Öğretiminin Amacı ve Önemi

Yabancı dil, hemen hemen tüm sektörlerde önemli bir kavramdır. Yabancı dil eğitimi bireyin iletişimsel becerilerinin geliştirilmesinde, arzu edilen hedeflere ulaşılmasında ve entelektüel gelişimin tamamlayıcı bir parçası olarak bireye katkı sağlamaktadır (Els, 1983: 110). İnsan gücünde aranan temel özelliklerden biri de yabancı dil bilgisidir. Eğitim sisteminin farklı kademelerinde de verilen yabancı dil eğitimi yükseköğretim içinde bir zorunluluk haline gelmiştir (Davras ve Bulgan, 2012: 231).

İsteğe baēlı hazırlık sınıfı, zorunlu hazırlık sınıfı, yoēunlařtırılmıř yabancı dil eēitimi, normal yabancı dil eēitimi. isteēe baēlı hazırlık sınıfı modelinde, oērenci mufredat derslerine başlamadan once bir yıl yabancı dil hazırlık sınıfına devam eder. Hazırlık Sınıfındaki başarısı veya bařarısızlıēı dōrt yıllık mufredat eēitimini hiēbir Şekilde etkilememektedir. Zorunlu hazırlık sınıfı modelinde, oērenci programa kayıt olduēu dōnemde yabancı dil hazırlık sınıfı muafiyet sınavına alınmaktadır. Bu sınavdan başarılı olanlar hazırlık sınıfını atlayarak normal eēitimlerine devam edebilirken başarısız olanlar bir yıl hazırlık sınıfına devam etmek ve başarılı olmak zorunda kalmaktadırlar. Hazırlık sınıfını başaramayanların durumları universitelere gōre deēiřiklik gōsterebilir. Yoēunlařtırılmıř yabancı dil eēitiminde ise yabancı dil eēitimine ayrılmış bir yıl sōz konusu deēildir. Oēretimin birinci yılında haftada 15 saatin, ikinci yılda haftada 10 saatin uzerinde yabancı dil dersi verilmektedir. Eēitim dili İngilizce olan universitelerde zorunlu hazırlık sınıfı uygulanmaktadır (Hussein, 2008: 106-107).

2. HİZMET KALİTESİ VE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ

Bu bölümde; hizmet kalitesinin özellikleri, hizmet kalitesini belirleyen faktörler, müşteri beklentileri, müşteri tatmini, müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesinin ölçümü ve ölçümünde kullanılan modeller, hizmet kalitesinin ölçümünde karşılaşılan sorunlar ve hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik yönetsel yaklaşımlar üzerinde durulmaktadır.

Hizmet kalitesi değerlendirilirken tek başına ele alınamaz, çünkü beklenen hizmet ve algılanan hizmet; yönetimin beklentileri ile hizmet kalitesi ve müşterinin beklentileri ile yönetimin beklentileri arasındaki açıklar hizmet kalitesini değiştirmektedir. Son yapılan çalışmalar sonucunda da hizmet kalitesinin özellikle tüketicilerin algıladığı hizmete göre şekillendiği belirlenmiştir (Aydın ve Yıldırım, 2012: 178).

2.1. HİZMET KALİTESİ

Günümüzde işletmelerin çok yoğun bir rekabet ortamında faaliyet gösterdikleri dikkate alınırsa, mükemmel hizmet kalitesinin stratejik bir araç olarak kabul edilmesinde yarar vardır (Mehta, Lalwani Han, 2000: 62-72). Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için ilk olarak kalite tanımının yapılması gereklidir. Kalite günümüzde işletmeler tarafından stratejik bir kavram, tüketiciler tarafından ise tercihleri belirleyen ana unsur haline gelmiştir. Kalite, bir ürün veya hizmete ait özelliklerin halen mevcut veya ileride duyulabilecek müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneği olarak tanımlanabileceği gibi, bir ürünün gerekliliklere uygunluk derecesi ve kullanıma uygunluğu olarak da tanımlanabilir (Biçici ve Hançer, 2008: 52). İçinde yaşanan yüzyılda sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda yaşamı etkileyen en önemli kavram, hiç kuşkusuz kalite olmuştur. Kalite, birey-örgüt-toplum dinamiklerinin ve sürdürülebilir başarının anahtarı olarak ortaya çıkmakta ve bir yaşam tarzı olarak önerilmektedir (Aslantekin ve Diğerleri 2005: 57).

Kalite sözcüğü iyilik, mükemmellik, yüksek nitelik, fonksiyonellik, kullanılabilirlik gibi birçok kavramı çağrıştırmaktadır. Bu kavramlar ise kısmen subjektif ölçülere dayanmaktadır. Şöyle ki; bir kişinin mükemmel olarak nitelendirdiği bir hizmet/ürün bir başka kişi tarafından aynı düzeyde mükemmel olarak nitelendirilmeyebilir, hatta eleştirilebilir. Bu durum tamamen bir algılama meselesidir. Algılamayı ise çok çeşitli faktörler etkileyebilir. Kalite tanımlarında kısmi farklılıklar olmasına rağmen tanımlarda

yer alan ana unsurlar; mükemmellik, değer, uygunluk, bir ürünü özellikleri bakımından diğerlerinden ayırma, müşteri beklentilerini karşılama veya aşmadır (Kutlu, 2007: 16).

Kalite kavramına farklı işlevler yüklemek olanaklıdır. Kalite kavramı ile ilgili görüşler (Çelik, 2011: 436);

- Psikolojik algılama ile ilgili görüşler,
- Süreç odaklı görüşler,
- Ürün ve hizmet odaklı görüşler,

biçiminde üç grupta toplanabilir. Psikolojik algılama ile ilgili kalite görüşleri, kalitenin bir “üstünlük” olduğunu ve kullanıcının değer ve algılarına göre değişebileceğini öne sürmektedir. Süreç odaklı kalite görüşleri ise, işin yapılması yani üretim sürecindeki çalışmaların kurum ve çalışanların gereksinimlerini karşılama kalite göstergesi olarak ele almaktadır. Ürün odaklı kalite anlayışı ise; çıktılarının müşteri istem ve gereksinimlerini karşılama düzeyinin kalite ölçütü olduğunu kabul etmektedir (Çelik, 2011: 436).

Hizmet endüstrisinin ülke ekonomileri içindeki payının artmasının yanı sıra hizmet sunan işletme sayısında artması ve bununla birlikte yoğunlaşan rekabet, firmaları sundukları hizmetlerde kalite anlayışını benimsemeye itmiştir. Somut ürünlerde uygulandığı kolay olan kalite kavramının hizmet gibi soyut ürünlerde uygulanmasında güçlüklerle karşılaşmıştır. Bu güçlük hizmetin soyut olmasından, üretim ve tüketimin eş zamanlı yapılmasından, hizmetin üretenden ayrılamayışından kaynaklanmaktadır. Hizmetin sayılan bu özelliklerinden dolayı hizmet işletmeleri, kaliteyi müşterilerin hizmeti tanımlamasında somut hale dönüştürmesinde stratejik bir araç olarak kullanmaktadırlar (Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009: 170).

2.1.1. Hizmet Kalitesinin Tanımı

Kalitenin bu geleneksel tanımları hizmet kalitesinin ifade edilmesinde yetersiz bulunurken (Zeithaml, Parasuraman ve Berry, 1988a: 13), hizmetin kendine özgü özellikleri nedeniyle, birçok kişi “hizmet kalitesi”nin evrensel bir tanımı olmadığını belirtmektedir. Bunun en önemli nedeni, hizmet kalitesinin büyük ölçüde “müşterinin söylediğidir” görüşünün oldukça yaygın olması ve müşteri davranışlarına odaklanmasıdır (Güzel, 2006: 59).

Hizmet kalitesi, basit olarak bir hizmetin tanımlanmış görevlerini yerine getirebilme yeteneği olarak değerlendirilmekte ve hizmetin kalitesi sadece verdiği

sonuçla değil aynı zamanda hizmetin verildiği süreçle de değerlendirilmektedir. Hizmet kalitesi bir hizmetin kullanıcılarının ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığının bir ölçüsüdür ve kalitede önemli olan müşteri tarafından algılanan kalitedir. Bu durumda kalite iki olgu tarafından belirlenmektedir. Bunlar müşterinin istek ve beklentilerinin hizmette ne ölçüde bulunduğu ve müşterinin hizmet özelliklerinin kullanımına uygunluğunu ne ölçüde algıladığıdır (Cengiz, 2000: 51). Hizmet kalitesi; hizmet ortamında, müşteriyle ve çalışanların etkileşimde olduğu süreçte ortaya çıkmaktadır (Chung vd., 2004: 241).

Hizmet kalitesini, bir grup araştırmacı, beklenen hizmet ve algılanan hizmet performansının karşılaştırılması olarak tanımlamışlar ve hizmet kalitesini, hizmetin üstünlüğüne dair glöbal karar ve tutumlar olarak değerlendirmişlerdir. (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 42). Farklı bir tanımda da, müşteri beklentilerinin sunulan hizmet ile karşılaştırılması olarak benzer bir tanım yapılmıştır (Kandampully, 1998: 433). Daha farklı bir yaklaşımla, hizmet kalitesini, performans ve ideal standartlar arasındaki kıyaslama olarak tanımlamışlardır (Teas, 1993: 27).

Hizmetlerin elle tutulamayan, fiziki olmayan değerler olması, performansın günden güne, üreticiden tüketiciye değişiyor olması, üretimin ve tüketimin birbirinden ayrılmaz bir nitelik taşıması müşterilerin kalite değerlendirmesini zorlaştırmaktadır. Sadece müşteriler kaliteyi değerlendirebilir, tüm diğer değerlendirmeler konudan uzaktır (Döğerlioğlu, 1999: 71).

Bu ortak payda etrafında şekillenen hizmet kalitesinin ölçülmesinde en yaygın olarak kullanılan ölçeklerden birisi, SERVQUAL Modelidir. Hizmet kalitesini, Fiziksel Varlıklar, Güvenilirlik, Karşılık Vermek, Güven ve Empati olmak üzere beş boyut açısından ele alan SERVQUAL Modeli; hizmet işletmelerinin, müşteri beklentilerini anlamalarını ve bu doğrultuda hizmet kalitelerini geliştirmelerini sağlamak için güvenilirliği ve geçerliliği yüksek ve hizmet sektörünün farklı alanlarına uygulanabilir bir ölçek sunmaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1988a: 30; Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1988a: 41).

Hizmetlerin soyut olma özellikleri, benzer veya aynı standartlarda sunulmalarını ve benzer kalite kontrol ilkelerinin uygulanmasını güçleştirmektedir. Hizmetler üretildikleri süreçte tüketilmeleri nedeniyle, hizmetlerin kalitesi (ürünlerin sunulmadan önce kalitelerinin kontrol edilebilmelerinin olanaklı olmasının aksine) hizmetleri kullanan birey veya tüketicilerin beklentileri ile algılamalarına göre, genellikle subjektif

bir yargı değerlendirmesinin sonucu olarak belirlenmektedir (Gürbüz ve Ergülen, 2006: 173). Hizmet kalitesi, performans algısıyla, beklentilerin karşılaştırılmasıdır ve bir memnuniyetten daha çok, bir tutum şeklidir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988a: 32).

Hizmet kalitesinin ölçüsü tüketici algılamalarıdır. Algılanan hizmet kalitesi tüketicilerin algıları ve beklentileri arasındaki farklılığın derecesi ve yönü olarak incelenmektedir. Algılanan kalite; bir ürün veya hizmetin tamamının mükemmelliğine veya üstünlüğüne ilişkin, tüketicinin fikrini yansıtmakta ve algılanan kalitenin unsurlarını belirlemenin kolay gerçekleştirilemeyeceği bilinmektedir. Algılanan kalite, bir varlığın toplam mükemmelliği veya önceliği hakkında tüketicinin yargılarıdır. Performans algısıyla, beklentilerin karşılaştırılmasıdır ve bir memnuniyetten daha çok, bir tutum şeklidir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988a: 15).

Akademisyenler ve uygulamacılar tarafından kabul edilen bir gerçek, yeni bir müşteri kazanmanın, mevcut bir müşteri tutmaktan her zaman daha maliyetli ve mevcut müşteri tutabilmenin de büyük ölçüde onun hizmet kalitesi algılamasına bağlı olduğudur (Hartog ve Verbug, 2002: 159).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry, algılanan hizmet kalitesini, “müşterinin mükemmel veya ideallere dayanan beklentileri ile işletmenin algılanan performansının karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan global bir değerlendirme olarak” tanımlamaktadırlar (Bitner vd., 1994: 72).

Günümüzde, pazarlama yöneticileri ve ekibinin geçmiş yıllara göre daha fazla müşteri hizmetleri beklentileri ile karşı karşıya gelmişlerdir. Çünkü günümüz tüketicileri daha çok talep eden, daha bilgili olan ve problemlerle karşılaştığı zaman hakkını daha çok arayan tüketiciler niteliği kazanmıştır. Bu değişim de, satın alınan mal ve hizmetlerin toplam değerine bağlı olarak tüketici talebinin artmasına sebep olabilir (Hoffman vd, 1995: 49). Çünkü tüketici; kalite, uygun fiyat ve iyi hizmetin olduğu bir değer talep etmektedir.

2.1.2. Hizmet Kalitesinin Boyutları

Yapılan bir araştırmada hizmet kalitesinin; fiziki kalite, birleşik kalite ve etkileşim kalitesi olmak üzere üç boyuttan oluştuğuna işaret edilmektedir. Fiziki kalite işletme binasının dış görünüşü, araç-gereçler vb. ile ilgili iken, birleşik kalite işletme imajı ile ilgilidir etkileşim kalitesi ise, tüketicilerin birbirleri ile olan etkileşimleri

yanında işletme personeli ile olan etkileşimlerinden doğmaktadır (Ghobadian, Speller ve Jones, 1994: 47).

Uzun süreli rekabet avantajını ele geçirmek isteyen organizasyonlar için kalite, anahtar bir rol oynamaktadır. 21. yüzyılda, özel ve kamu işletmelerinin kaliteye verdikleri önem artarak devam etmiş ve kalite uzmanları tarafından “kaliteden mükemmelliğe” geçişi sağlayacak yeni bir toplam kalite yönetimi için yeni bir model geliştirmişlerdir. Bu modelde kaliteli mal ve hizmet sunumunda yönetimin üzerinde durması gereken 4P (performance, planning, processes, people) vardır (Oakland, 2005: 1059):

- Performans: Performans ölçümlerini içerir,
- Planlama: Stratejilerin geliştirilmesi, uygun kaynakların oluşturulması, kalitenin tasarlanmasıdır,
- Yöntemler: Kalite yönetim sistemlerinin tasarlanması ve sürekli gelişimi içerir,
- İnsan: İnsan kaynaklarının, kültürel değişimin, takım çalışmasının, iletişimin, yeniliğin, öğrenmenin yönetimini içerir.

Bu modelin özünü, kaliteye katılım ve müşteri ihtiyaçlarını karşılama, kalite mesajlarının iletişimi, kültürel değişim ihtiyacının kabul edilmesi çevreler ve toplam kalitenin sağlanmasında önemli faktörlerdir (Oakland, 2005: 1059).

Hizmet kalitesi konusunda çalışan bir grup araştırmacının yaptığı, odak grup görüşmeleri sonucunda elde edilen önemli bilgilerden biri, müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirirken hangi ölçütlerden yararlandıklarının ortaya çıkmasıdır. Grup görüşmeleri sonucunda müşterilerin hizmet kalitesini değerlemede, benzer kriterleri kullandıkları ve hizmet kalitesinin 10 genel boyutu olduğu saptanmıştır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 44; Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1990: 36). Söz konusu 10 boyut Tablo 2.1.’de sıralanmıştır.

Tablo 2.1. Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları

Boyut	Açıklama
Fiziksel Özellikler	Hizmetin verilmesi sırasında kullanılan bina, araç-gereç, teçhizat ve personelin fiziksel görünümü, hizmetin fiziki simgeleri, hizmet alan ya da bekleyen diğer müşteriler
Güvenilirlik	Sunulacak hizmeti ilk seferde doğru olarak yerine getirme yeteneği. Hizmetle ilgili kayıtların doğru ve tam tutulması, hizmeti söz verilen zamanda yerine getirebilmesi
Heveslilik	Personelin hizmeti vermedeki istekliliği, müşterilere hızlı hizmet verme ve yardım konusunda gönüllülük, ödeme veya duyuruların zamanında postalanması, arayan müşterilere hızlı cevap verme, randevuların çabuk düzenlenmesi
Yeterlilik	Hizmetleri gerçekleştirebilmek için gerekli bilgi ve deneyime sahip olma
Nezaket	Müşterilerle doğrudan iletişimde bulunan personelin kibar, düşünceli, saygılı ve samimi olması
İnanılabilirlik	Hizmeti vermede personelin güvenilir ve dürüst olması, müşterilerin çıkarlarının korunduğunu hissettirilip onların güveninin kazanılması
Güvenlik	Verilen hizmetler konusunda tehlike, risk ve şüphelerin olmaması
Ulaşılabilirlik	Hizmete ulaşmak için gerekli fiziki koşulların sağlanması, hizmet sunulana kadar geçen bekleme süresi, sunulacak hizmet için uygun saatler ve yerin seçimi, iletişim araçlarıyla hizmete kolay ulaşılabilirlik
Anlayış	Müşteri ihtiyaçlarını anlamak için çaba sarf etme, düzenli hizmet alan müşterileri tanıma, müşterilerin özel gereksinimlerini anlama
İletişim	Müşteriler arasında kültür ve eğitim farklılıklarının olabileceğini göz önünde bulundurarak, her müşterinin anlayacağı şekilde hizmetin ve maliyetinin açıklanması, müşterileri bilgilendirme, problemlerinin dinlenip çözümünün sağlanması

Kaynak: Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L., A. (1985). Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, (49): 47;

2.1.3. Hizmet Kalitesini Belirleyen Faktörler

Bu bölümde, hizmet kalitesini belirleyen faktörler; müşteri beklentileri, müşteri tatmini ve müşteri memnuniyeti üzerinde durulmaktadır.

Yapılan bir araştırmada, tatminin kaliteyi, kalitenin de tatmini etkilediğini, fakat kalitenin tatmine olan etkisinin önemli düzeyde olduğunu saptanmıştır. Bu nedenle çalışma, kalitenin sonunda tatminin olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu bakış açısını destekleyen çalışmalar yapan araştırmacılar da olmuştur. Konunun önemli olması nedeniyle birçok araştırmacı hizmet kalitesi ile müşteri tatmini ilişkisi üzerine araştırma yapmıştır (Taylor ve Cronin, 1992: 38).

Yüksek seviyede algılanan hizmet kalitesinin, müşteri tatminine neden olduğunu iddia eden bir araştırmadan (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 36) sonra bir başka çalışma müşteri tatmininin hizmet kalitesinin öncüsü olduğunu ortaya koymuştur (Bitner, 1990: 76). Hizmet sektöründe birçok farklı kalite tanımı yapılmıştır. Yapılan bu tanımların tamamındaki ortak özellik, tüketici tatmini temelli olmasıdır. Hedef en yüksek verimlilik ile en yüksek müşteri tatminini sağlamaktır. Hizmet işletmelerinin temel çıktılarından biri olan müşteri tatmini, genel olarak “müşterilerin istek ve beklentilerinin karşılanması veya bu istek ve beklentilerin üstünde hizmet verilmesi” olarak tanımlanabilir (ereki, 1998: 184).

2.1.3.1. Müşteri Beklentileri

Müşteri beklentilerinin karşılanması ve bu beklentilerin üstünde hizmet sunmak için öncelikli koşul ise müşteri beklentilerinin anlaşılmasıdır. Beklentileri anlamının iki önemli nedeni vardır (Pizam ve Ellis, 1999: 326):

- Müşterinin mal/hizmet kalitesini nasıl tanımladığını ve değerlendirdiğini öğrenmek,
- Müşteri tatmini ve hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerinin geliştirilmesini sağlamaktır.

Müşterilerin, hizmet kalitesi değerlendirmelerinde, hizmet sunumu öncesi beklentilerinden, etkilendiklerinin saptanması, hizmet işletmeleri yöneticileri açısından, bu beklentilerin yönlendirilmesi bakımından da bir fırsattır. Müşteri beklentilerini yaratan faktörlerin saptanması ile çeşitli pazar bölümlendirme stratejileri doğrultusunda aynı beklentilere sahip müşteri gruplarına beklenen kalitede hizmet sunmak olanağı doğar ve böylelikle doğru kalitedeki hizmetin doğru müşteriye sunulması garanti edilir (Johnson ve Mathews, 1997: 290).

Müşteri beklentilerini yaratan ve etkileyen faktörler genel bir ereve içinde dört başlık altında toplanabilir. Bunlar (Augustyn ve Ho, 1998: 74):

- Geçmiş deneyimler,
- Kişisel ihtiyaçlar ve istekler,
- Kulaktan kulağa iletişim,
- Dış iletişim kanalları (reklam, fiyat,...).

Müşterilerin hizmet kalitesi değerlendirmelerinde, hizmet sunumu öncesi beklentilerinden etkilendiklerinin saptanması, hizmet işletmeleri yöneticileri açısından bu beklentilerin yönlendirilmesi bakımından da bir fırsattır. Müşteri beklentilerini yaratan faktörlerin saptanması ile çeşitli pazar bölümlendirme stratejileri doğrultusunda aynı beklentilere sahip müşteri gruplarına beklenen kalitede hizmet sunmak olanağı doğar ve böylelikle doğru kalitedeki hizmetin doğru müşteriye sunulması garanti edilir (Johnson ve Mathews, 1997: 290).

Hizmetin özelliklerinden soyutluk unsuru beklenti sürecini önemli ölçüde etkileyecek niteliğe sahiptir. Hizmet sürecinin ve sonucunun müşteri tarafından önceden bilinmemesi bu anlamda müşterinin aldığı risk hizmet kalitesi hakkındaki müşteri beklentilerini arttırıcı etkiye sahiptir. Sunulacak hizmet müşteriler gözünde ne kadar soyut olarak değerlendirilirse müşteri beklentileri de aynı oranda yüksek olacaktır. Hizmet işletmeleri, müşterinin aldığı riske karşı gelişen beklentileri yönlendirmek amacıyla önceden hazırlanmış olan işletme ve sunduğu hizmete ilişkin açıklayıcı broşür ve dokümanları müşterilerine sunmayı tercih ederler (Bebko, 2000: 23).

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren şirketler dağıtım süresi konusunda artan bir şekilde rekabet etmektedirler. Birçok şirket günümüzde müşteri ilgisini çekmek için dağıtım süresi konusunda özenli davranmaktadırlar. Müşteriler umduklarından daha kısa bir algılanan dağıtım süresi olgusu yaşadıklarında tatmin olmuş hissedeceklerdir. Dağıtım süresi konusundaki katılım, şirketlerin hizmet kalitesini etkileyerek pazar paylarını arttıracaktır. Burada önemli olan, hizmet kapasitesi ve müşteri duyarlılıkları arasındaki dengenin dağıtım süresi beklentisine yansımadır (Ho ve Zenk, 2004: 481).

Beklentilerin doyurulması, tatminin temel belirleyicisini oluşturmaktadır. Beklentiler, müşterinin geçmiş satın alma tecrübelerine, arkadaşları ve çevrelerindeki insanların düşüncelerine, pazarlamacıların sözlerine dayanmaktadır. Ancak, pazarlamacılar doğru düzeyde beklentiler kurmaya dikkat etmelidirler. Tüketicilerin ürüne ilişkin değerlendirmeleri, beklentileriyle uyum gösterdiği zaman, bu pozitif değerlendirme tatminle sonuçlanmaktadır. Ancak bu süreçte, tüketicinin ürüne ilişkin

bilgi düzeyinin de önemli rol oynadığının göz ardı edilmemesi gerekir. İşletmeler, sundukları hizmetler hakkında müşteriye reklam, kişisel satış vb. yolla bilgi sunarken, bu bilgiler başlangıçta hizmetin satışını kolaylaştırırken; farkında olunmadan abartılıyor ise bu durum, tüketicinin hizmetten beklentisini çok fazlalaştırarak tatminsizlik yaratabilmektedir (Sprenk, Mackensie ve Olshavsky, 1996: 15).

Hizmetin, özelliklerinden soyutluk unsuru beklenti sürecini, önemli ölçüde etkileyecek niteliğe sahiptir. Hizmet sürecinin ve sonucunun müşteri tarafından önceden bilinmemesi bu anlamda müşterinin aldığı risk hizmet kalitesi hakkındaki müşteri beklentilerini arttırıcı etkiye sahiptir. Sunulacak hizmet müşteriler gözünde ne kadar soyut olarak değerlendirilirse müşteri beklentileri de aynı oranda yüksek olacaktır. Hizmet işletmeleri, müşterinin aldığı riske karşı gelişen beklentileri yönlendirmek amacıyla önceden hazırlanmış olan işletme ve sunduğu hizmete ilişkin açıklayıcı broşür ve dokümanları müşterilerine sunmayı tercih ederler (Bebko, 2000: 23).

Tüketicilerin ürüne ilişkin değerlendirmeleri, beklentileriyle uyum gösterdiği zaman, bu pozitif değerlendirme tatminle sonuçlanmaktadır. Ancak bu süreçte, tüketicinin ürüne ilişkin bilgi düzeyinin de önemli rol oynadığının göz ardı edilmemesi gerekir. İşletmeler, sundukları hizmetler hakkında, müşteriye reklam, kişisel satış gibi yollarla bilgi sunarken, bu bilgiler başlangıçta hizmetin satışını kolaylaştırırken; farkında olunmadan abartılması durumunda ise, bu, tüketicinin hizmetten beklentisini çok fazlalaştırarak tatminsizlik oluşturabilir (Sprenk, Mackensie ve Olshavsky, 1996:15).

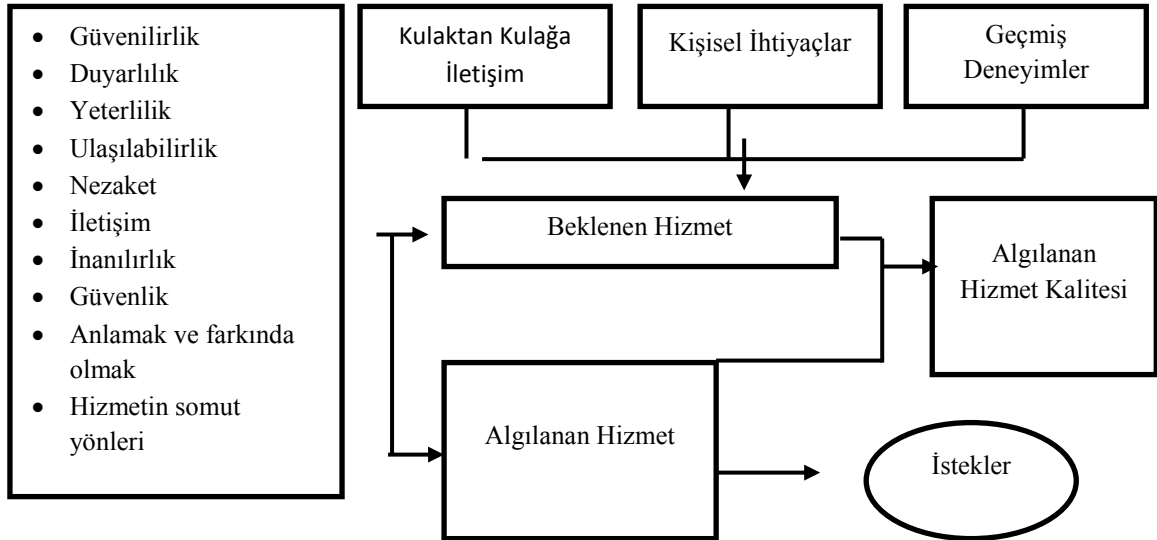
Günümüz yoğun rekabet ortamında hizmet işletmelerinin başarıya ulaşabilmeleri için ayrıca, sürekli olarak müşteri odaklılığını benimsemeleri gerekmektedir. İşletmeler, müşterilerine verdikleri hizmetin üstünlüklerini öven politikalarını basit bir şekilde sıralayarak, bütünlük bir müşteri odaklılığına ulaşamazlar. Bunun yerine, etkin bir örgütsel destek geliştirmeleri gerekmektedir. Stratejik müşteri odaklılık yönetimi, işletmelere yeni bir fırsat sunmaktadır ve rekabet avantajı getiren pozitif bir araç olarak göz önüne alınmalıdır (Nwankwo, 1995: 13).

2.1.3.2. Müşteri Tatmini

Hizmet kalitesi ile müşteri tatmini konusunda; kısa dönemde müşteri tatmin değerlendirmelerini ve uzun dönemde müşteri hizmet kalitesi davranışlarını etkileyen stratejik hedefler geliştirmeleri açısından, iki yapının farklı olduğunun sağlık hizmetleri

veren kuruluşların pazarlama yöneticileri açısından önemli olduğu araştırmacılar tarafından vurgulanmıştır (Cronin ve Taylor, 1994: 38).

Algılanan hizmet kalitesi, hizmet kalitesinin müşteriler tarafından yapılan genel değerlendirmesidir. Ürünlerin bile kalite değerlendirmelerinde günümüzde geçerli olan unsurun müşteriler tarafından yapılan değerlendirme olduğu genel olarak kabul gören bir kanı iken, hizmetlerin soyut olma özelliğinden dolayı kalite değerlendirmeleri müşterilerin yargılamaları sonucunda oluşmaktadır. Bu yüzden algılanan hizmet kalitesi, hizmet kalitesi değerlendirmelerinde geçerli olan tek unsurdur (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990: 20). Şekil 2.1.'de, algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesinde iki etken üzerinde durulmuştur. Bunlardan birincisi “beklenen hizmet”, ikincisi ise “algılanan hizmettir”. Beklentiler; kulaktan kulağa iletişim, kişisel ihtiyaçlar ve deneyimlerle oluşurken; güvenlik, duyarlılık, yeterlilik, ulaşılabilirlik gibi hizmet kalitesini belirleyen unsurlar, hem beklenen hem de algılanan hizmetin değerlendirilmesinde kullanılırlar. Müşterilerin, beklenen ve algılanan hizmeti karşılaştırması sonucunda algılanan hizmet kalitesi belirlenebilir.

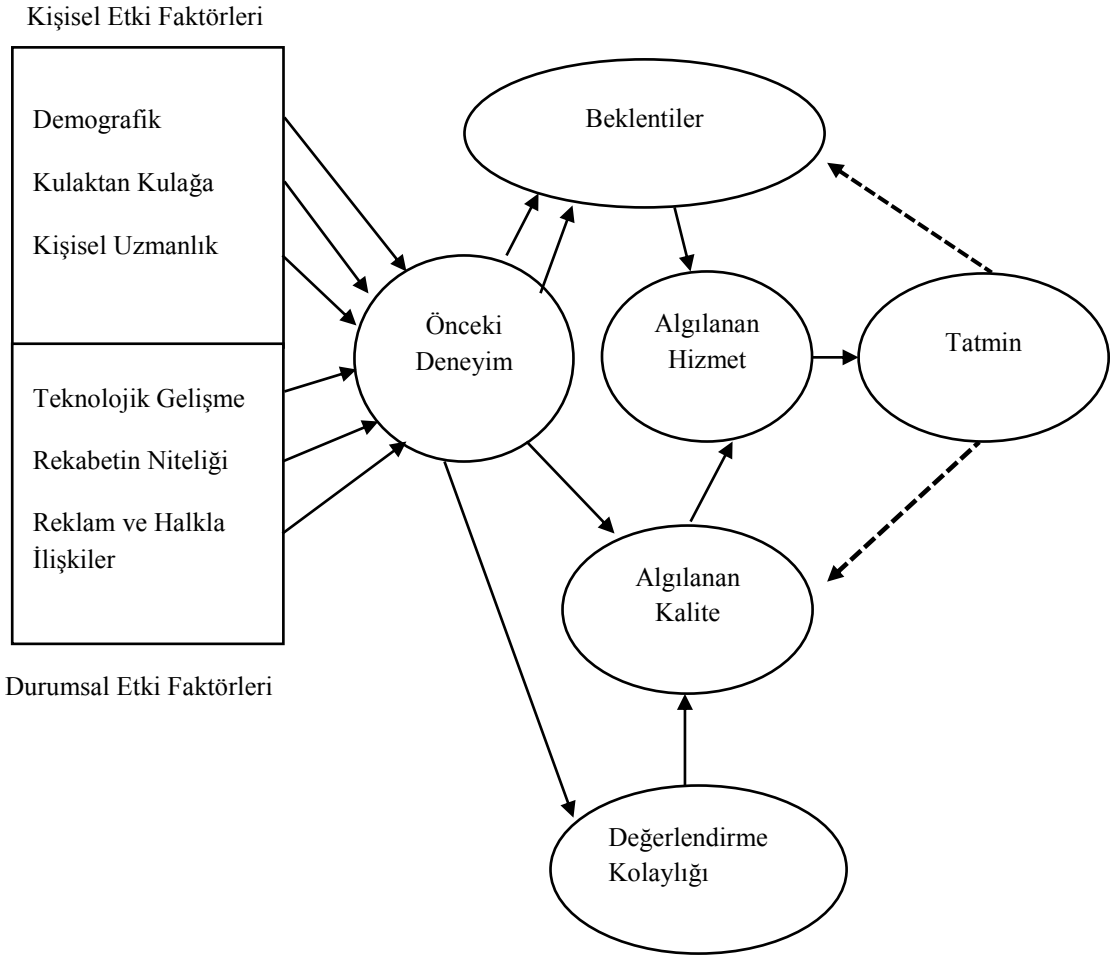


Şekil 2.1: Algılanan Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi

Kaynak: Zeithaml, V., Berry, L. ve Parasuraman, A. (1988b). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(6): 36

Şekil 2.2.'de, algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesinde temel olarak “müşteri beklentileri” ve müşteri tarafından “algılanan kalite performansı” önemli rol oynar. Bu

iki değişkenin müşteri tarafından kıyaslanması sonucunda, sunulan hizmetin kalitesi hakkında müşteri bir algı ve değerlendirme süreci yaşar. Bu süreçte belirlenen hizmet kalitesi, uzun dönemde değerlendirmeleri içeren tutumlar olarak nitelendirilir. Algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesi neticesinde ise müşteri memnuniyeti, tatmini veya tatminsizliği yaşanır (Taylor ve Cronin, 1994: 38).

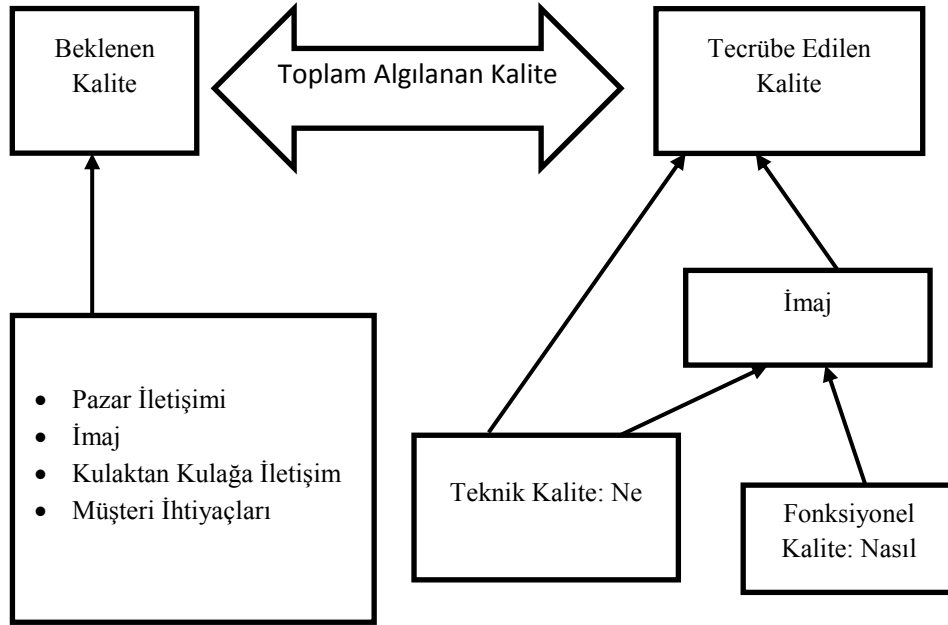


Şekil 2.2. Algılanan Hizmet Kalitesi Süreci

Kaynak: Taylor, S..A. ve Cronin, J.J.. (1994). Modeling Patient Satisfaction And Service Quality. *Journal Of Health Care Marketing*. 14(1): 41

Hizmetler, fiziksel ürünlere benzemediği için hizmet kalitesi kavramı hizmetler için uyarlanmıştır. Fiziksel ürünlere olduğu gibi, öncelikle mal kalitesinin geliştirilmesinden ziyade hizmet pazarlamacıları müşteri odaklı modellere dayanan hizmet kalitesini geliştirmişlerdir. Söz konusu modeller müşterinin hizmet kalitesinden ne anladıkları temeline dayanmaktadır. Şekil 2.3.'de, sunulan hizmetin kalitesi, müşteri

beklentilerini karşıladığı zaman hizmet yüksek kaliteli olarak algılanmaktadır. Eğer beklentiler gerçek dışı ise algılanan hizmet kalitesi düşük olacaktır. Beklenen kalite; pazar iletişimi, imaj, kulaktan kulağa iletişim, müşteri ihtiyaçları gibi faktörlerin bir fonksiyonudur. İmaj, müşterilerin hizmet kalitesini algılamalarında önemli rol oynamaktadır (Güzel, 2006: 87).



Şekil 2.3. Kalite Tecrübelerinin Geleneksel Pazarlama Faaliyetleri ile İlişkisi

Kaynak: Grönroos, C. (1998). Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality. Review of Business. (12): 12

Müşteri tatmini kaliteyi yönetir. Yapılan bir araştırma sonucunda müşteri tatminiyle ilgili bulgular şunlardır (Chwo, Lei ve Chiou, 2005: 718):

- Algılanan kalite kapsamlı müşteri tatminini pozitif ve doğrudan etkiler. Algılanan kalitenin derecesi arttıkça kapsamlı müşteri tatmini de artacaktır,
- Müşteri beklentilerinin de kapsamlı müşteri tatminine pozitif etkisi vardır. Müşteri beklentilerindeki artış, algılanan kalite derecesini arttırmaktadır ve algılanan kalite derecesindeki artış da kapsamlı müşteri tatminini arttıracaktır,
- Müşteri tatminindeki farklı dereceler, müşteri şikâyetlerini olumsuz etkilemekte ya da müşteri bağlılığını pozitif ve doğrudan etkilemektedir.

Müşteri tatminindeki artış, müşteri şikâyetlerini azaltacak ve müşteri bağlılığını arttıracaktır.

Günümüzde işletmeler, müşteri tatmininin artan öneminin bilincinde olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Yaşanan küresel rekabet, teknolojideki değişim hızı ve müşteri taleplerinde meydana gelen değişiklikler, işletmeleri müşteri tatmininin sağlanmasına yönelik olarak daha fazla çaba sarf etmeye yöneltmektedir (Naumann ve Jackson, 1999: 1).

Tatmin olan bir müşterinin deneyimlerini başkalarına da anlatması ve mal ya da hizmeti potansiyel müşterilere de önermesi nedeniyle, müşteri tatmini hem en etkin hem de en ucuz pazar iletişimi kaynağıdır. Ancak tatminsiz müşterilerin ürün ya da hizmete yönelik hoş olmayan değerlendirmelerinin yaratacağı tehlikenin de farkında olunması gerekmektedir (Dubrovski, 2001: 924).

Hizmet pazarlamasında, algılanan kalite konsepti ve tatmin konsepti arasındaki benzerlik çok açıktır. Büyük ölçekli işletmelerde, araştırmalarla ispatlanmıştır ki yeni müşteriler açısından kalite ve tatmin algılamaları farklılaşmış ancak sürekli müşteriler açısından benzer anlamları taşımaktadır (Bigne, Moliner ve Sanchez, 2003: 422).

Eğitim hizmetlerinin yönetiminde de aynı işletmelerde olduğu gibi, strateji, politika ve taktiklerin bir araya getirilip uygulanması söz konusudur. Günümüzde yeni yönetim modellerinin gelişmesi ile birlikte eğitim kurumlarında eğitim hizmetlerinin pazarlama faaliyetleri de profesyonel yönetim yaklaşımı ile birlikte kurumun hedeflerine ulaşmasında önemli bir araç olarak hissedilmeye başlamıştır (Sütlaş, 2010: 87).

2.1.3.3. Müşteri Memnuniyeti

İşletmelerin ve dolayısıyla da eğitim işletmelerinin kalite konusunda yaşadığı temel güçlük iki nedene dayanmaktadır; (1) Müşterinin ürünü değerlendirirken hangi faktörlere önem verdiğinin kesin olarak bilinmemesi ve (2) Bu faktörleri ölçebilecek güvenilir ve geçerli yöntemlere net olarak sahip olunamamasıdır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 43).

Hizmet kalitesinin teknik ve işlevsel olmak üzere iki bileşenden oluştuğunu ifade etmiştir. Teknik kalite, müşterinin hizmetten ne elde ettiğidir. İşlevsel kalite ise, müşteriye nasıl hizmet edildiğiyle ilgilidir. Bu bağlamda, herhangi bir mal üreten

işletmede varolan "kalite maliyettir" anlayışı, başta eğitim sektörü olmak üzere tüm hizmet üreten işletmelerde yerini kalite anlayışlarına bırakmaktadır (Eroğlu, 2000: 205):

- Müşteri tatminidir,
- İnsan odaklı olmaktır,
- Verimlilik,dir,
- Esnekliktir,
- Etkili olmaktır,
- Bir programa uymaktır,
- Bir yatırımdır,
- Bitirnsiz bir süreçtir.

Hizmetten duyulan tatmin, beklentilerin karşılanıp karşılanmamasına bağlıdır. Eğitim sektöründeki müşterinin sunulan hizmeti süreç içinde algılayıp değerlendirdiği düşünüldüğünde, algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin varolan hizmetten beklentileri ile algılarının farkı sonucunda oluşmaktadır. Diğer bir deyişle, algılanan hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti almadan önceki beklentileri (beklenen hizmet) ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimini (algılanan hizmeti ya da algılanan performansı) kıyaslamasının bir sonucu olup, müşterilerin beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir. Hizmet kalitesi yazınında "beklentiler" ise müşterilerin hizmete ilişkin istek ya da arzularını ifade etmektedir. Algılanan hizmet kalitesini anlamamanın eğitim sektöründeki müşteriye anlamak açısından stratejik faydaları vardır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 42):

Müşteriyi tutmanın ve müşteri sadakati yaratmanın en önemli koşullarından biri müşteri memnuniyetinin yaratılmasıdır. Çünkü memnun müşterinin şirkete bağlılık göstermesi ve memnun kaldığı şirketle uzun yıllar boyunca ilişkilerini sürdürmesi beklenir. Firmalar mallarına ve hizmetlerine değer katarak müşterilerine sundukları takdirde müşteri memnuniyetini sağlamaktadırlar. Böylece, firma ile müşteriler arasında duygusal bir bağ oluşup müşterinin şirkette kalması gerçekleşmektedir (Srivastava, Tasadduq ve Liam, 1999: 168).

Müşteri memnuniyeti, hizmet sunumundan yararlanan kişinin beklentilerini şaşırtacak derecede aşmaktan oluşan olumlu hislerdir. Müşteride memnuniyet yaratan unsurlar, kişiyi beklemediği ve şaşıracak derecede mutlu kılan veya hizmet sunumundan

beklenmeyen derecede fayda sağlayan özelliklere sahiptir. Müşteri memnuniyeti, dinamik, sürekli ileriye dönük olarak ve bilinmeyen bir ortam içinde şekillenir. Diğer taraftan müşteri tatmini, statik, bugüne odaklı olarak ve bilinen ortamda ve bilinen değişkenler çerçevesinde şekillenir (Oliver ve Rust, 2000: 86).

Sunulan hizmetin kalitesi ve sürekliliği de müşteri memnuniyeti ve sadakatinin yaratılmasında önemli rol oynamaktadır. Müşteri memnuniyetini arttırmak isteyen bir firma, hizmet kalitesinin belirleyicileri olan güvenilirlik, duyarlılık, uzmanlık, erişim kolaylığı, nezaket, iletişim, müşteriye anlama ve tanıma kabiliyeti gibi faktörleri sağlayarak müşterilerine üstün kaliteli bir hizmet sunabilir. Böylece firma ürünlerini diğer markalardan farklılaştırarak müşteri sadakati yaratabilir (Srivastava, Rajendra ve Liam, 1999: 168).

Müşteri memnuniyeti ölçümleri ise başarılı bir müşteri koruma ve sadakati yönetimi için gerekli başka bir temel araçtır. Sürekli yapılan müşteri memnuniyeti ölçümleri, şirketlere müşterilerinin ihtiyaçlarını anlamada ve isteklerini öğrenmede yardımcı olmaktadır. Böylece şirketler mal ve hizmetlerini müşterilerinin istekleri doğrultusunda geliştirerek müşteri memnuniyetini sağlayabilirler. Memnuniyet ölçümleri sayesinde, şirketler müşterilerinin başka bir markaya kayma eğilimlerini önleyerek müşteri kaybı gerçekleşmeden gerekli düzenlemeleri yapabilirler. Müşteri memnuniyeti ölçümünün sağladığı bir diğer fayda ise, şirketin rakiplerine göre kendi zayıf ve güçlü tarafını öğrenmesine olanak vermesidir. Böylece şirket güçlü ve zayıf yönlerine göre pazarlama stratejilerini geliştirir (Güzel, 2006: 88).

Hizmet kalitesinin teknik ve işlevsel olmak üzere iki bileşenden oluştuğu ifade edilmektedir. Teknik kalite, müşterinin hizmetten ne elde ettiğidir. İşlevsel kalite ise, müşteriye nasıl hizmet edildiğiyle ilgilidir (Sökmen, 2011: 73). Hizmet kalitesinin ve dolayısıyla da müşteri memnuniyetinin ölçümüne yönelik çeşitli araçlar (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988a: 27) bulunmakla birlikte, bu araçların eğitimden duyulan memnuniyeti tam olarak ölçebileceği kuşkuludur. Bu yüzden bu araştırma kapsamında geliştirilen ölçek, eğitim hizmetlerinin yukarıda açıklanan farklı özelliklerinden hareketle oluşturulmuştur (Sökmen, 2011: 73).

Hizmet, bir ihtiyacı giderici nitelikteki soyut çabalar olarak ifade edilebileceği gibi (Üner, 1994: 5), müşterilerin hizmetten beklentilerinin karşılanması ve hatta üstüne çıkılması olarak da tanımlanabilir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 43). Buna

göre beklenen ve algılanan hizmet kalitesi, yaşanılacak tatmin kapsamında önem taşımaktadır (Sökmen, 2011: 67-68).

2.2. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜM MODELLERİ

Hizmet sektörünün dünya ekonomisindeki payı büyüyen bir hızla artmaktadır. Birçok akademisyene ve profesyonele göre, dünya ülkeleri hizmet ekonomisine veya hizmet toplumuna geçiş aşamasını yaşamaktadır (Grönroos, 1990: 116). Rekabet koşullarının ağırlaştığı ve tüketici bilincinin sürekli arttığı hizmet sektöründe başarılı olmanın temelinde kaliteli hizmet sunmak yatmaktadır. Sanayi sektöründe olduğu gibi, hizmet sektöründe de kalitenin rekabet edebilmenin çok önemli bir ön koşulu olduğunun bilincine sahip kuruluşlar sundukları hizmetlerin kalitesini daha da yükseltmenin yollarını araştırmaktadırlar. Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality Management) uygulamaları bu yollardan en kapsamlısıdır. TKY'nin genellikle mal üretim sektöründe uygulansa da, hizmet sektöründe de geniş uygulama alanları bulmaktadır. "Ölçemediğini daha iyi bir hale getiremezsin" deyişinden etkilenen ve TKY hareketinin coşkusuna katılan hizmet sektöründeki işletmeler de hizmetlerinin kalitesini ölçmeye çalışmaktadırlar (Yetiş, 2001: 62).

Herhangi bir örgütte hizmet kalitesinin arttırılmasında temel faktör hizmet kalitesi performansı ve tüketicilerin bu performans karşısındaki tepkilerinin ölçülmesidir. Açıkça tanımlanmamış ve sayısal hedeflere bağlanmamış hizmet kalitesi geliştirme programının başarısızlık riski yüksektir. Hizmet performansı ile ilgili olarak ölçülecek olan, algılanan kalitedir (Öztürk, 1998: 75). Hizmet üreten her kurumunun sunmuş olduğu hizmetin kalitesi, hizmeti alan müşteriler için farklılık göstermektedir. Bu durumun en önemli nedenlerinden biri, hizmet kalitesinin kime göre iyi ya da kötü olduğudur. Temelde birleşilen bir görüşe göre kalite yalnızca "belirli özelliklere uygunluk" olmayıp, üretici bakış açısından tüketici bakış açısına geçişle ve "müşteri özelliklerine uygunluk" ile ilgilidir. Bu açıdan bakıldığında da eğitim kurumunun verdiği hizmetle ilgili müşteri beklentilerini ve sonucunda da müşteri değerlendirmelerini araştırması ve ortaya çıkarması gerekmektedir (Eroğlu, 2000: 204).

2.2.1. Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Modeli

Hizmet kalitesi; beklenen hizmetin, algılanan hizmetle en az eşit olması ya da ondan fazla olmasıyla ortaya çıkar. Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için hizmeti kullananın beklediği hizmetle algıladığı hizmetin ölçülmesi gerekir. Bu

ölçümlemede, hizmeti kullanan beklediği hizmete ve algıladığı hizmete puanlar vererek ölçümü gerçekleştirir. Bu puanlar, SERVQUAL Analizinin temelini oluşturur (Saat, 1999:113).

Ölçeğin gelişimine 97 çift soru (bir tane algı, bir tane beklenti için) ile başlanıp, soru sayısı, Cronbach's alfa katsayısına göre önce 54, daha sonra ise 34 soru çiftine düşürülmüştür. Verilerin tekrar değerlendirilmesi ve tanımların yeniden yapılandırılması sonucunda 22 çift madde ve 5 kriter ile SERVQUAL ölçeği oluşturulmuştur (Güzel, 2006: 105).

SERVQUAL Yöntemi, hizmet sektöründe Toplam Kalite Yönetimi uygulamalarında kaliteyi ölçebilmek için geliştirilen bir yöntemdir. Literatürde SERVQUAL yönteminin güvenilirliğini ve geçerliliğini belirlemek için yapılan birçok çalışmanın sonuçları bulunmaktadır. Bu çalışmalar, çok iddialı bir yöntem olan SERVQUAL'in tartışılmasına ve hizmet kalitesi gibi gündemde olan bir konuya katkıda bulunmaktadır. SERVQUAL, 1983-1990 yılları arasında Amerika'da geliştirilmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990: 17).

SERVQUAL yöntemi iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm dışarıya dönüktür ve işletmenin müşterileri ile yaptıkları anketler aracılığıyla verilen hizmetin kalitesini ölçmeyi amaçlar. Burada üzerinde durulması gereken önemli bir nokta, hizmet kalitesinin o hizmeti kullananlar tarafından belirlenmesidir. Örneğin, bir üniversitede sunulan hizmetin kalitesi, o üniversitenin öğrencileri tarafından, bir hastanenin kalitesi ise o hastanenin hastaları tarafından belirlenir. İkinci bölüm ise içe dönüktür ve işletmenin çalışanları tarafından yapılan anketler yardımıyla müşterilerin hizmet kalitesini düşük olarak algıladıkları işletmelerin ne tür problemleri olduğunu ve bunların nedenlerini ortaya koymaya çalışır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990: 23).

SERVQUAL, mükemmel hizmet kalitesini sağlamanın anahtarının müşterilerin beklentilerini tam olarak karşılamak veya beklentilerinin üstüne çıkmak olduğunu savunan bir görüşe sahiptir ve bu görüş odak noktası olarak alınarak kavramsallaştırılmış ve tasarlanmış bir ölçüm yöntemidir. Yapılan geniş kapsamlı araştırmaların sonucuna dayanarak SERVQUAL, hizmet kalitesini müşterilerin beklentileri veya istekleri ile işletmenin sunduğu hizmetleri algılamaları veya tecrübeleri arasındaki farkın büyüklüğü olarak tanımlar (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990: 23).

Dört hizmet kategorisinden yöneticilerle (bankacılık, kredi kartı hizmetleri, menkul değerler komisyonculuğu ve tamir bakım hizmeti) yapılan görüşmeler sonucunda, yöneticilerin hizmet kalitesini nasıl algıladıkları ve müşterilerce kaliteli olarak değerlendirilecek bir hizmetin sunulması süreçlerinde yöneticilerin neler yapması gerektiği konuları tartışılmış ve hem hizmet sunan işletmelerin kalite anlayışları ile uygulamaları arasında, hem de müşterilerin hizmetten beklentileri ile yaşadıkları gerçek hizmet arasında bazı boşluklar tespit edilmiştir. Araştırmacılara göre bu boşluklar sunulacak hizmetin müşteriler tarafından yüksek kalitede algılanmasına engel olacak kadar büyük önem taşımaktadır. Diğer taraftan, yönetici görüşmeleri sonucunda ortaya çıkan genel yargılar, araştırmacılara hizmet kalitesine yönelik genel bir modelin geliştirilebileceği konusunda bazı ipuçları vermiştir. Söz konusu boşluklar ve bu boşluklara neden olan faktörler aşağıda belirtilmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 46):

- Müşteri Beklentileri ve Yönetimin Müşteri Beklentilerini Algılaması Arasındaki Boşluk (1. Boşluk),
- Yönetimin Müşteri Beklentilerini Algılaması İle Hizmet Kalitesi Spesifikasyonları Arasındaki Boşluk (2. Boşluk),
- Hizmet Kalitesi Spesifikasyonları ile Hizmetin Sunumu Arasındaki Boşluk (3. Boşluk),
- Hizmetin Sunumu ile Dışsal İletişimler Arasındaki Boşluk (4.Boşluk),
- Beklenen Hizmet-Algılanan Hizmet Boşluğu (5. Boşluk).

SERVQUAL, hizmet kalitesini ölçerken, müşterilerin hizmetin kaliteli olup olmadığına karar verirken esas olarak aldıkları ölçütleri kullanır. Tablo 2.2.'de yoğun araştırmalar sonucunda ortaya çıkan ve SERVQUAL'da kullanılan 10 hizmet kalitesi ölçütü görülmektedir. Birbirini takip eden iki ayrı anketteki (beklenti ve algı anketleri) aynı numaralı önermeler özneleri dışında tamamen aynı kelimelerden oluşurlar (Güzel, 2006: 105).

Birinci Bölüm: Beklenti Önermesi Örneği

Mükemmel kütüphanelerin çalışanları temiz ve düzgün görünüştedirler.

Hiç katılmıyorum

Tamamen katılıyorum

1 2 3 4 5 6 7

İkinci Bölüm: Algı Önermesi Örneği

XYZ kütüphanesinin çalışanları temiz ve düzgün görünüştedirler.

Hiç katılmıyorum

Tamamen katılıyorum

1 2 3 4 5 6 7

Tablo 2.2: Hizmet Kalitesi Ölçütleri

Ölçüt	Tanım
Fiziki Görünüm	Kullanılan aletlerin, iletişim malzemelerinin, personelin ve hizmet verilen yerin fiziki görünümü
Güvenilirlik	Kusursuzluk, güvenilirlik, sözünde durma
Heveslilik	Zamanında ve çabuk hizmet sunmak, heveslilik ve yardım severlilik
Yeterlilik	Hizmeti sunmak için gerekli bilgiye ve beceriye sahip olmak
Nezakət	Saygı, anlayış, nezaket ve arkadaşça yaklaşım
İnanılrlık	Dürüstlük ve inanılrlık
Emniyet	Tehlikeden, riskten kaçınmak ve emniyet teminatı vermek
Erişimlik	Ulaşım ve erişim kolaylığı
İletişim	Etkili iletişim, müşteriye dinlemek
Müşteriyi anlamak	Müşterileri ve müşterilerin ihtiyaçlarını anlamaya çalışmak

Kaynak: Zeithaml, V., Parasuraman, A. ve Berry, L.L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions Of Service Quality. Journal Of Retailing, s.30.

Analizler sonucunda, keşfedici araştırmaları kapsamında tespit ettikleri on hizmet kalitesi boyutunun sayısı Tablo 2.3.'de görüldüğü gibi, beşe (Fiziksel Özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven, Empati), soru önermesi sayısı ise 22'ye indirmişler ve her bir hizmet sektörü kendine özgü olduğundan, genel olarak tüm hizmet sağlayan organizasyonlarda geçerli olan Tablo 2.4.'te açıklanan beş hizmet kalitesi boyutundan söz etmenin mümkün olduğunu öne sürmüşlerdir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985:45; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990:27).

Tablo 2.3: Birleştirilmiş Hizmet Kalitesi Ölçütleri

Özellikler	Birleştirilmiş Özellikler
Fiziki Görünüm	Fiziki Görünüm
Güvenilirlik	Güvenilirlik
Heveslilik	Heveslilik
Yeterlilik Nezakat İnanılrlık Emniyet	Güvence
Erişebilirlik İletişim Müşteriyi Anlamak	Empati

Kaynak: Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Berry, L. L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, s:32

Tablo 2.4. Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları

Özellikler	Açıklama
Fiziksel Özellikler	Şirketin hizmet sunmadaki fiziksel olanakları, araç gereç ve personelin görünüşü
Güvenilirlik	Söz verilen hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği
Heveslilik	Müşterilere yardım etme ve hizmetin hızlı bir şekilde verilmesi
Güven	Çalışanların bilgili ve nazik olması ve müşterilerde güven duygusu uyandırabilme becerileri
Empati	Şirketin kendisini müşterinin yerine koyması, müşterilere kişisel ilgi gösterilmesi

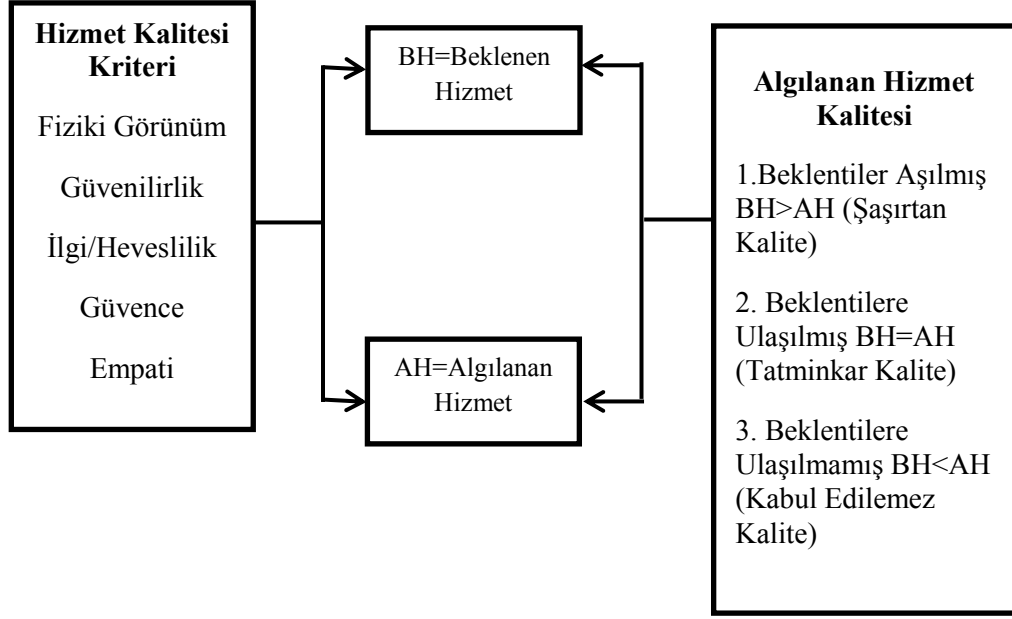
Kaynak: Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L., A. (1985). Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, (49): 48.

Kriterlerin önem sırasını ve ağırlığını öğrenebilmek için 1. ve 2. Bölümlerin arasında bulunan bölümde müşterilerden 100 puanı önem önceliğine göre yukarıda bahsedilen beş ölçüte dağıtmaları istenmektedir. Her ne kadar hizmet kalitesinin beş kriteri SERVQUAL ölçeğinde birçok araştırmacı tarafından değerlendirilmiş ise de, bu kriterlerin her hizmet sektörü için geçerli olmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır (Stafford, 1999: 19). Bu beş temel boyut; Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından yapılan araştırmalarda, müşteri açısından en çok önemsenen boyutlardan oluşmaktadır. Müşterilerce en çok önemsenen boyut bu araştırmalarda güvenilirlik iken en az önemsenen boyut ise fiziksel özellikler olarak saptanmıştır. 1988 yılında, Parasuraman,

Zeithaml ve Berry tarafından, SERVQUAL boyutlarını yeniden gözden geçirme aşamasında 4 sektörde yaptıkları araştırma sonucunda Güvenilirlik en önemli boyut, empati ise en az önemli boyut olarak karşılırlarına çıkmıştır. Böylece önemli boyutlar ve maddelere öncelik vermek suretiyle yapılan bir kalite iyileştirme çalışması daha iyi sonuçlar verebilir (Lee, Lee. ve You, 2000: 218).

SERVQUAL sonuçlarının değerlendirilmesi, hizmet kalitesi ile farklı birçok bulguya ulaşılmasını sağlar. Bunlar (Güzel, 2006: 122);

- Hizmet kalitesi kriterlerinin müşteri gözü ile önem dereceleri saptanır,
- Müşterilerin, hizmet alınan işletme ile ilgili deneyimleri sonucu, her bir hizmet kalitesi kriterini nasıl değerlendirdikleri saptanır. Sonuç olarak da, müşteri tarafından en önemli görülen kriterde işletme performansının nasıl olduğu belirlenir,
- Periyodik olarak, müşteri beklentileri doğrultusunda işletme performansı değerlendirilir. Böylelikle, yönetimin hizmet kalitesi üzerine geliştirdiği politikalar gözlenir ve değerlendirilir. Müşteri beklentilerindeki değişme ve gelişmeleri anlamak, sunulan hizmet özelliklerini etkileyici önemli bilgiler sağlar. Sonuç olarak, müşteri beklentileri ve müşteriler tarafından algılanan işletme performansı arasındaki boşluğu saptayarak kantitatif sonuçlara ulaşmak, gelecekte sunulacak hizmetlere işletmenin öncelik sırasına göre odaklaşmasını sağlar.



Şekil 2.4. Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi İlişkisi

Kaynak: Zeithaml, V., Parasuraman, A. ve Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing. s.50

SERVQUAL, müşteri beklentileri ve müşteriler tarafından algılanan işletme performansı arasındaki boşluğu saptayarak kantitatif sonuçlara ulaşmak, işletmenin gelecekte sunulacak hizmetlere öncelik sırasına göre odaklaşmasını sağlar ve günümüzde işletmelerin kullanım ihtiyaçları bazındaki küçük değişiklikler ve uyarlamalar dahilinde, işletmelerin hizmet kalitesinin kuvvetli ve zayıf olduğu alanların teşhisi bakımından oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır (Kettinger ve Lee, 1997: 228).

2.2.1.1. SERVQUAL Hesaplama Yöntemi

Parasuraman ve arkadaşları, hizmet kalitenin ölçümü için yapılacak araştırmalara yardımcı olacak bir “boşluklar modeli” geliştirmiştir. Bu model sayesinde hizmet firmalarının hizmet kalitesine ilişkin bir takım kritik sorulara cevap bulabileceği öne sürülmektedir. Bunlar; “Hizmet kalitesi değişmelerini açıklamada dört hizmet kalitesi boşluğundan en önemlisi hangisidir?”, “ Hizmet kalitesi boşluklarının büyüklüğünden sorumlu başlıca örgütsel faktörler hangileridir?” gibi sorulardır. Böylece hangilerinin ele alınması gerektiğine, boşlukları yaratan sebeplerin neler olduğuna karar verilerek, bu boşluklar etkin bir şekilde ortadan kaldırılır (Yetiş, 2001: 83).

Başlangıçta, 10 adet hizmet kalitesi boyutunu içeren toplam 97 önerme maddesi belirlenmiştir. Bu maddelerin iki versiyonu bulunmaktadır. Bunlardan biri, genel olarak belli bir hizmet kategorisi için beklentileri ölçmek, diğeri ise belli bir hizmet kategorisindeki belli bir firma hakkındaki algıları ölçmek içindir. Yapılan ilk kalitatif araştırmada 200 kişilik bir örnek kütle seçilmiştir. Hizmet kalitesi, algılanan hizmet kalitesi ile beklenen hizmet kalitesi arasındaki fark olarak belirlendiğinden; “Hizmet Kalitesi = Algılanan Hizmet Kalitesi – Beklenen Hizmet Kalitesi” şeklinde formüle edilmiştir. Toplanan verilerle çeşitli istatistiksel analizler yapılmış, sonuçta 97 maddenin büyük bir bölümü elenmiş, araştırmada daha önce Tablo 2.3.’de görüldüğü gibi 10 adet hizmet kalitesi boyutu ise aralarında geçişler tespit edildiğinden 5 adet kalite boyutuna indirgenmiştir. Böylece 22 adet önerme maddesi ve “somut özellikler”, “güvenilirlik”, “heveslilik/ilgi”, “güven” ve “duyarlılık/empati” kalite boyutlarını içeren son versiyon geliştirilmiştir (Yetiş, 2001: 83).

SERVQUAL soru formunda 5 kalite boyutuna ait toplam 22’şer önerme maddesinden oluşan beklenti ve algı bölümleri bulunmaktadır. Bu bölümler arasında da her bir kalite boyutunu ifade eden fakat açıkça boyutun adını vermeyen tanımlamalara önem derecelerine göre 100 üzerinden puan verilen bir ağırlıklandırma bölümü yer almaktadır. Bu soru formu ile kalite boyutları ve bu boyutları oluşturan maddeler için ayrı ayrı skorlar elde edilebildiğinden toplam kalite düzeyinin değerlendirilmesinin yanı sıra tüketiciler için önemli olan boyutların ve boyutlar dâhilindeki en önemli maddelerin hangileri olduğu da belirlenebilmektedir. Böylece önemli boyutlar ve maddelere öncelik vermek suretiyle yapılan bir kalite iyileştirme çalışması daha iyi sonuç verebilmektedir (Yetiş, 2001: 84).

Tablo 2.5. Kalite Boyutlarına Karşılık Gelen İfadeler

Somut Özellikler (Fiziki Görünüm)	<p>1. Mükemmel işyerlerinin modern görünüşlü teçhizatları vardır.</p> <p>2. Mükemmel işyerlerinin binaları görsel olarak çekicidir.</p> <p>3. Mükemmel işyerlerinin çalışanları düzgün görünüşlüdür.</p> <p>4. Mükemmel işyerlerinde hizmete eşlik eden malzemeler görsel olarak çekicidir.</p>
Güvenilirlik	<p>5. Mükemmel işyerleri hizmeti söz verdikleri zamanda yerine getirirler.</p> <p>6. Mükemmel işyerleri müşterilerinin bir problemi olduğunda, çözmek için samimi bir ilgi gösterirler.</p> <p>7. Mükemmel işyerleri hizmeti zamanında yerine getirirler.</p> <p>8. Mükemmel işyerleri hizmetleri söz verdikleri zamanda yerine getirirler.</p> <p>9. Mükemmel işyerleri hatasız işlemler yapar.</p>
Heveslilik (İlgi)	<p>10. Mükemmel işyerleri çalışanları müşterilere tam olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylerler.</p> <p>11. Mükemmel işyerlerinin çalışanları müşterilere hızlı hizmet verirler.</p> <p>12. Mükemmel işyerlerinin çalışanları her zaman müşteriye yardım etmeye isteklidir.</p> <p>13. Mükemmel işyerlerinin çalışanları asla müşterilerin ricalarına yanıt vermeyecek kadar meşgul değildir.</p>
Güven	<p>14. Mükemmel işyerlerinin çalışanlarının davranışları müşterilerde güven duygusu uyandırır.</p> <p>15. Mükemmel işyerlerinin müşterileri hizmete ilişkin işlemlerinde güven hissederler.</p> <p>16. Mükemmel işyerlerinin çalışanları devemli olarak müşterilere saygılıdır.</p> <p>17. Mükemmel işyerlerinin çalışanları müşterilerin sorularını yanıtlayacak bilgiye sahiptirler</p>
Empati (Duyarlılık)	<p>18. Mükemmel işyerleri müşterilerine bireysel ilgi gösterirler.</p> <p>19. Mükemmel işyerlerinin tüm müşterileri için uygun çalışma saatleri vardır.</p> <p>20. Mükemmel işyerlerinin müşterilere kişisel ilgi gösteren çalışanları vardır.</p> <p>21. Mükemmel işyerleri müşterilerin çıkarları ile candan ilgilenirler.</p> <p>22. Mükemmel işyerlerinin çalışanları müşterilerin özel ihtiyaçlarını anlar.</p>

Kaynak: Yetiş, H. (2001). **Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Modeli ile Ölçülmesi ve Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

SERVQUAL soru formunun iki bölümlü formatının getirdiği kolaylık sayesinde algı bölümüne rakip firmalara uyarlanmış bölümlerin de eklenmesi suretiyle bunlara ilişkin SERVQUAL skorlarının hesaplanması mümkün olabilmektedir. Bu şekilde

toplanan veriler üzerinden hesaplanan SERVQUAL skorlarının karşılaştırılması ile firmanın ve rakiplerinin birbirlerine göre üstün veya zayıf olan yönlerinin belirlenmesi ve bunun da zamanla nasıl değiştiğinin gözlenmesi imkân dâhilindedir (Yetiş, 2001: 84). Hesaplamalar ise oldukça basittir. Herhangi bir ölçüt için SERVQUAL skorunu hesaplamak için yapılması gereken, o ölçütle ilgili beklenti önermelerinin skorlarından, önermelere karşılık gelen algı önermelerinin skorlarını çıkarmak ve hepsini toplayıp önerme sayısına bölmektir. Beş ölçüt için hesaplamalar yapıldıktan sonra eşit ağırlıklı SERVQUAL skorunu bulmak için yapılması gereken her ölçüt skorunun %20'ni toplamaktan ibarettir. Ağırlıklı SERVQUAL skoru hesaplanırken ise %20 oranı yerine 100 üzerinden dağıtılan önem ağırlıklı hesaplamaya katılır. SERVQUAL mantığında hizmet kalitesi değerlendirmesi tüketicilerin “beklenti-algı” ifade çiftlerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır. Her bir tüketici için kullanılan formül (Saat, 1999.115):

$$\text{“SERVQUAL Skoru} = \text{Algı Skoru} - \text{Beklenti Skoru}”$$

Bir firmanın hizmet kalitesi, beş boyuttan her biri için tüm tüketicilerin boyutu oluşturan ifadelerine verdiği SERVQUAL skorlarının ortalaması alınarak hesaplanmaktadır. Bir SERVQUAL araştırmasına katılan N tane tüketici varsa her bir boyut için ortalama SERVQUAL skoru iki aşamada elde edilmektedir. Bunlardan birincisi, “Her bir tüketici için söz konusu boyuta ait ifadelerine verilen SERVQUAL skorları toplanır ve boyutu oluşturan ifade sayısına bölünür.” İkincisi ise, “N sayıda tüketici için birinci adımda elde edilen sayılar toplanır ve N’ e bölünür” şeklindedir. Toplam hizmet kalitesi skorunu elde etmek için de 5 boyut olarak hesaplanan skorlar toplanıp 5’ e bölünür. Sonuçta bulunan, ağırlıklandırılmamış SERVQUAL skorudur. Tüketicilerin kalite boyutlarına verdikleri önem derecesi dikkate alınmış değildir. Ağırlıklandırılmış skoru elde etmek için (Saat, 1999: 115);

- Her bir tüketici için beş boyutun birer birer ortalama SERVQUAL skoru hesaplanır,
- Her bir tüketici için her bir boyuta verdiği SERVQUAL skoru ile o tüketicinin o boyuta verdiği önem ağırlığı çarpılır,
- Her bir tüketici için 5 boyutun toplamı üzerinden ağırlıklandırılmış SERVQUAL skorları toplanır,
- N tüketicinin üçüncü adımda elde edilen skorları toplanır ve N’ e bölünür.

Bu hesaplamalardan da görüldüğü gibi SERVQUAL yöntemi kullanılarak elde edilen veriler, her cümle çifti, her boyut ya da tüm boyutlar için farklı ayrıntı düzeyinde hizmet kalitesi farkını hesaplamak için kullanılabilir. Bir işletme çeşitli fark puanlarını hesaplayarak müşterilerin algıladığı genel hizmet kalitesini ölçmekle kalmaz, aynı zamanda kaliteyi iyileştirme çabalarında temel alacağı önemli boyutları ve bu boyutların çeşitli yönlerini de belirleyebilir.

2.2.1.2. SERVQUAL Modelinin Kullanım Alanları

Birçok akademisyen tarafından yapılan çalışmalarda (Carman, 1990; Cronin ve Taylor, 1992; Dabholkar ve Diğerleri, 1996; Teas, 1993) SERVQUAL ölçeği test edilmiş veya hizmet işletmesinin türüne göre ölçek uyarlanmıştır. Model, farklı sektörlerde birçok araştırmada hizmet kalitesi ölçümünde oldukça etkin bir şekilde yaygın olarak kullanılmıştır. Otel, seyahat ve turizm işletmelerinde, araba kiralama hizmetlerinde, işletme okullarında, vb. (Atılğan, 2001: 58).

Örneğin, turizm işletmelerinde hizmet kalitesi üzerine araştırma yapan araştırmacılar; hizmet kalitesi SERVQUAL ölçeği yardımı ile müşteriler, çalışanlar ve yöneticiler bazında araştırmışlardır. Birçok turizm işletmesinin gün geçtikçe müşteri beklentilerine daha çok ayak uydurmakta olduğunu belirten araştırmacılar, müşteri, işletme çalışanları ve yönetici beklentileri arasındaki farkı tespit etmeyi amaçlamıştır. Bir eğlence parkında, 156 müşteri, 9 yönetici ve 109 çalışan arasında yapılan araştırma sonunda genel olarak işletme yöneticilerinin ve çalışanlarının, müşteri beklentilerini müşterilerden daha yüksek görmekte oldukları saptanmış, hizmet kalitesinin bazı hususlarına gereğinden fazla önem verilmesinin kaynak kaybına neden olduğu belirtilmiştir. İşletme çalışanları ve müşteriler arasındaki en belirgin farkın ise empati ve duyarlılık kriterlerinden kaynaklanmakta olduğu vurgulanmıştır (Baker ve Fesenmaier, 1997: 18).

Seyahat acentelerinde ise turistler ile doğrudan iletişim içinde olan işletme çalışanları (tur rehberleri, transferden sorumlu çalışanlar...), algılanan hizmet kalitesinde belirleyici rol oynamaktadır. SERVQUAL ölçeği ile ülkedeki ilk üç seyahat acentesinden hizmet alan turistlerden, bu acentelerin hizmet kalitesini değerlendirmeyi amaçlayan bilgileri toplayıp, işletme çalışanlarından aldığı verilerle karşılaştırması sonucu, pazarlama kültürü ve hizmet kalitesi arasındaki ilişki açıklanmıştır. Seyahat acentelerindeki pazarlama kültürü ne kadar yüksek ve çalışanlar arasında yaygın ise

acentenin hizmet kalitesi de o derece yüksektir. Bu doğrultuda, rekabetin oldukça yoğun olduğu acentecilik sektöründe üstün hizmet kalitesi, ancak acentelerin hizmet kalitesine odaklanmış kişilerarası iletişim yolu ile müşteri odaklı pazarlama kültürünü başarı ile uygulamalarına bağlıdır (Luk, 1997: 13-17).

2.2.1.3. SERVQUAL Modeline Eleştiriler

SERVQUAL ölçütlerinin bütün hizmet sektörlerinin özelliklerini kapsayacak kadar genel olmadığını söyleyen araştırmacılar, beklentilerin ölçülmesinde tüketicinin söz konusu işletme veya hizmetle ne kadar tecrübesi olduğunun dikkate alınması gerektiğini iddia etmektedir. Ayrıca beklentilerin ölçülmesinin gereksiz olduğunu, sadece algılamaların ölçülmesinin işletmenin performansına dair daha güvenilir sonuçlar vereceğini iddia ve SERVQUAL yerine SERVPERF yönteminin tercih edilmesini tavsiye etmektedirler(Cronin ve Taylor: 1992: 35)

Beklentilerin sonlu olması durumunda, herhangi bir ölçütte belli bir seviyeden daha fazla performans gösterildiğinde, artan fark skorlarının her zaman daha kaliteli bir hizmeti benimseyeceği savunulmaktadır. Örnek olarak gereğinden fazla yardım sever olmaya çalışan ve bu yüzden tüketicinin canını sıkan bir satıcı düşünülebilir. Standart kabuller tartışmalıdır. İki önemli konu tartışılmıştır. Bu tartışmaların temelinde Algılanan-Beklenen hizmet kalitesi ifadesi vardır (Teas, 1993: 18-34):

- Beklenenler modele göre daha ideal noktadır.
- Beklenenler verimli-muhtemel ideal nokta olarak algılanmaktadır.

Algılanan-beklenen ifadesi problemlili olarak görülmüştür. Tüketicinin ideal noktası acaba son nokta mıdır, performans bu noktanın altında ya da üstünde kalabilir. Teas, A-B ifadesi puanlarının artan algılanan kalite seviyesini göstermeyeceğini savunmuştur. Hizmet kalitesi ölçümüne yönelik önerdiği modelin ismi “Normlandırılmış Kalite Modeli”dir (Teas, 1993: 18-34).

Yapılan bir araştırma sonucunda araştırmacılar, tüketici tutumlarının büyük ölçüde beklentilerden etkilendiğini, bu beklentiler sonucu tüketicinin tutumlarına yön vereceğini belirtmişlerdir. Tüketicilerin tutumları, karşılaştıkları hizmetten duyacakları tatminin belirleyicisi olarak kabul edilmiştir. Tüketicilerin sonraki tutumlarını önceki dönemdeki beklentileri, tutumları ve tatmin seviyesi belirlemektedir. Bolton ve Drew (1991:1-9),

Bazı araştırmacılar, 1992 yılındaki çalışmalarında zet olarak algılanan ve beklenen puanlar arasındaki farkın önemsenecek bir büyüklük olduğunu savunmuşlardır. Bu araştırmacılar aynı zamanda, SERVPERF lğinin SERVQUAL lğinden daha iyi bir yapısal geçerliliğe sahip olduğunu belirtmişlerdir (Cronin ve Taylor, 1992: 37). Buna cevap olarak SERVQUAL metodunu ortaya koyan araştırmacılar tarafından, 1994 yılında yapılan çalışmada, SERVQUAL metodunun bir beklenti ve algılanan kalite arasındaki fark lcm olduğu belirtilmiş, SERVQUAL lğinin eleştirmenlerin kullandığı her geçerlilik kriterinde SERVPERF kadar iyi olduğunu gösterdikleri, dolayısıyla bu yöndeki eleştirilerin doğru olmadığını belirtmişlerdir. Uygulama açısından da SERVQUAL lğinin SERVPERF lğinden daha iyi olduğunu öne sürmüşlerdir. SERVQUAL, hizmetin eksik olduğu noktaları ortaya koyarken, Servperf algılanan hizmetin açıklanan varyansı üzerinde durduğundan, SERVQUAL lğinin yöneticiler tarafından daha çok tercih edildiğini belirtmişlerdir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1994: 111-116).

2.2.2. Diğer Hizmet Kalitesi lcm Modelleri

Hizmet kalitesinin lcmne yönelik ilk model, Grönroos tarafından önerilmiştir. Daha sonra Parasuraman, Zeithaml ve Berry, tarafından SERVQUAL ve Cronin ve Taylor tarafından SERPERF modelleri geliştirilmiştir. SERVQUAL ve SERPERF modeli literatürde, hizmet kalitesinin lcm konusunda yaygın kabul görmektedir (iek ve Doğan, 2009: 371). Bu yöntemlerden en çok kullanılanı Parasuraman, V.A. Zeithaml ve Leonard L. Berry (1985, 1988, 1991) tarafından geliştirilen SERVQUAL yöntemidir Yazarlar, geliştirdikleri 22 ifadelili SERVQUAL lğinin, sağlık, bankacılık, danışmanlık gibi hizmet sktrnn çeşitli alt sktrlerinde kullanılabilceğini belirtmişlerdir (Eleren ve Kılıç, 2007: 123).

Hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilen ve akademik literatürde geçen bazı modeller aşağıda verilmiştir (Güzel, 2006: 123-141) Bunlar:

- Grönroos'un Hizmet Kalitesi Modeli,
- Servperf Modeli,
- Veri Zarflama Analizi,
- nem-Performans Analizi,
- Rasyo Logaritması,
- Özel Değişim Değerleme Modeli,

- Lehtinen&Lehtinen Hizmet Kalitesi Modeli,
- Sasser, Olsen, Wyckoff'un Hizmet Kalitesi Boyutları,
- DEA Modeli,
- Donabean Kalite Modeli,
- Meyer/Mattmüller Kalite Modeli,
- SERVQUAL Modeli.

2.2.2.1. Grönroos'un Hizmet Kalitesi Modeli

Bu modelde müşterinin kaliteyi değerlendirmesi, kaliteyi algılayış şekline bağlı olarak açıklanmıştır. Model, merkeze müşteri algısını yerleştirmekte ve tüketicinin hizmetten bekledikleri ile deneyimleri arasında olumlu bir ilişki olduğunu varsaymaktadır. Bu modele göre, hizmetler söz konusu olduğunda, tasarım, üretim, sunum ve ilişkiler kalite yaratan dört önemli kaynaktır. İşletmenin bu yönlerini yönetme biçimi ise müşterinin kalite algılamasını etkilemektedir. Bu arada, hem teknik hem de işlevsel kalite bu kalite kaynaklarından etkilenmektedir (Uyguç, 1998: 33).

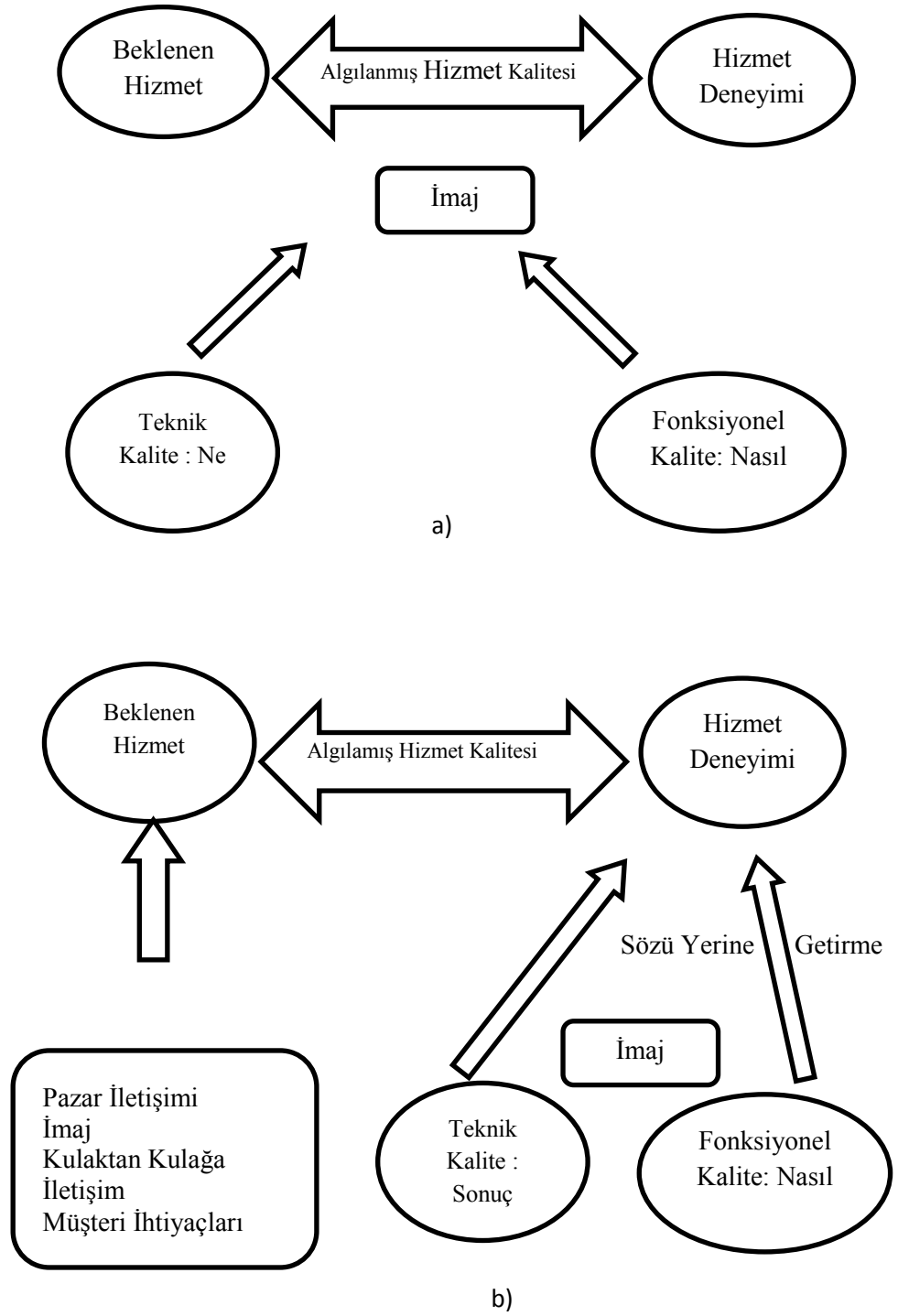
Müşteri gerçekte hizmet işletmesinin sunduğu hizmet veya hizmetlerden yararlanmadan önce, hizmetin kalitesine ilişkin beklentilere ve firmanın imajı hakkında bir görüşe sahiptir. Buna göre, müşterinin algıladığı kalite, örgütün imajını da göz önüne alarak, beklediği hizmet ile algıladığı hizmeti değerlendirmesinin bir sonucudur. Bu model, hizmet işletmelerinin çeşitli işlevlerinin kalite üzerindeki etkisinin ve kalite boyutları ile işletme işlevlerinin anlaşılmasını sağlamaktadır. Şöyle ki hem tasarım, üretim ve sunum süreçlerinin geliştirilmesi ve uygulanmasında ve hem de insanlar arasındaki ilişkilerin planlanmasında ve yönetilmesinde teknik ve işlevsel kalite boyutlarının dikkate alınması gerekmektedir (Uyguç, 1998: 33).

Grönroos'un bu modelinde yaratılan hizmet imajı, teknik ve işlevsel kalite olarak iki bölüme ayrılır. **Teknik Kalite**; müşterinin hizmetten ne elde ettiğidir, alınan hizmetin sonuçlarına bağlıdır. Teknik kalite, kaliteyi güvence altına alacak sistemlerin, prosedürlerin ve tekniklerin uygulanmasıdır (Ardıç ve Güler, 2000: 20). Müşterilerin, hizmet örgütüyle etkileşimleri sonucunda ne elde ettikleri müşteriler için ve onların kalite değerlendirmeleri için önemlidir. Ancak bu kalitenin sadece bir boyutudur ve üretim süreci bittiğinde ya da satıcı ile müşteri etkileşimi sona erdikten sonra müşteriye ne kaldığı anlatılır. Genellikle kalitenin teknik boyutu müşteri tarafından daha objektif olarak ölçülebilir çünkü bu müşterinin problemine teknik bir çözümü ifade eder

(Öztürk, 1998:147). **İşlevsel Kalite (Fonksiyonel Kalite)** ise; hizmetin müşteriye nasıl ulaştırıldığıdır (Ardıç ve Güler, 2000: 20). Genellikle hizmeti sunan ve müşteri arasında bir dizi müşteri açısından tatmin edici ya da etmeyici etkileşimler yaşanır. Müşteri şüphesiz ki teknik kalitenin kendine nasıl ulaştırıldığından etkilenecektir. İşletme çalışanlarının davranışları, görünüşleri müşterinin hizmet hakkındaki görüşünü etkileyecektir. Müşterinin hizmeti nasıl elde ettiği ve eşzamanlı üretim ve tüketim sürecini nasıl yaşadığı kalitenin işlevsel boyutunu gösterir ve işlevsel kalite boyutu, teknik kalite kadar objektif değerlendirilmez (Öztürk, 1998: 147).

İşlevsel kalitenin, yani müşteriye nasıl hizmet edildiğinin objektif olarak ölçülmesi, standartlaştırılması ve sistematikleştirilmesi daha zordur. İşlevsel kalite, müşterinin önyargılarından ve algılamalarından daha çok etkilenir. Yapılan araştırmalar, işlevsel kalitenin yüksek olmasının, teknik kalitedeki performans düşüklüğünü telafi edebildiğini göstermektedir. Bir hizmetin teknik kalitesi uygun düzeyde, ancak işlevsel kalitesi yetersiz düzeyde iş, teknik performansın müşteriye tatmin etme düzeyinden bağımsız olarak genellikle tatminsizlikliğin hâkim olmasıyla sonuçlanmaktadır (Ardıç ve Güler, 2000:20)

Grönroos'un hizmet kalitesi konusunda geliştirdiği modelin temelini, algılanmış kalite oluşturmaktadır. Algılanmış kalite, müşterinin beklediği kalite ile hizmet sunumu sonrası yaşadığı kalitenin karşılaştırılması sonucu ortaya çıkmaktadır. Modelde kalitenin iki cephesi vardır: Bunlar müşterinin beklediği hizmet ile yaşadığı hizmettir. Bu modelde müşterilerin kavrayış süreçleri iki boyuta ayrılmıştır. Algılanmış hizmet kalite modelinde iki kalite boyutu işlevsel kalite ve teknik kalite olarak adlandırılmıştır. Bu model, şirketin imajını, müşterilerin etkilenmelerini tartarak firmanın iyi yönleri ve kötü yönlerini tarafsızca göstermektedir. Bu model de hizmet işletmesinin imajı hizmeti kullananların kalite algılarına bağlı olarak değişmişse, bu hizmet işletmesinin dinamik bir yapıya sahip olduğu söylenebilir (Mohammad, 2007: 35).



Şekil: 2.5. Grönroos'un Algılanan Hizmet Kalitesi

Kaynak: Mohammad, G.T., (2007). Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetimi, SERVQUAL Analizile Değerlendirilmesi ve Ankara Ulus Devlet Hastanesinde Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s: 36

2.2.2.2. SERVPERF Modeli

Literatürde hizmet kalitesinin ölçülmesine ilişkin yapılan araştırmalarda, SERVQUAL ölçeğine alternatif olarak, Cronin ve Taylor'ın geliştirdikleri SERVPERF (Service = Hizmet ve Performance = Performans) Modeli dikkati çekmektedir. Cronin ve Taylor, SERVQUAL modelinde hizmet kalitesini belirlemede esas olan müşterinin algı ve beklentileri arasındaki farkın kullanılması yerine, hizmet kalitesini performans esaslı ölçmeyi önermişlerdir. Bu amaçla SERVPERF olarak adlandırdıkları bir model geliştirmişlerdir. Modelde, SERVQUAL modelinde kullanılan 22 değişken esas olarak alınmış ve işletmenin algılanan performansı olarak uyarlanmıştır. SERVQUAL modelinde beklenti için 22 birim, algı için 22 birim kullanılırken SERVPERF modelinde esas olan 22 birim kullanılmış ve işletmenin hizmet performansı direk olarak ölçülmüştür. Modelde, SERVQUAL ölçeğinde kullanılan tüketicilerin beklentilerinin ölçülmesine gerek duyulmamıştır. Araştırmacılara göre hizmetin performansı, hizmetin sunulmuş şekli ve kişiler üzerinde bıraktığı etkidir (Cronin ve Taylor, 1992: 55).

SERVPERF metodunu ortaya koyan araştırmacılar, tüketicinin satın alma niyeti söz konusu olduğunda, hizmet kalitesine göre tüketici tatmininin daha etkili olduğunu belirtmişlerdir. SERVPERF modeli ile tüketici memnuniyeti kavramını da ele almak gereğini ifade etmişlerdir. Araştırmacılara göre tüketicilerin her zaman kalite düzeyi yüksek olan hizmeti almayacaklarını, bunun yerine, yüksek memnuniyet sağlayan hizmeti tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Cronin ve Taylor, davranış esaslı ölçme sonucu elde edilen tüketici memnuniyetinin, tüketicinin uzun dönemli hizmet kalitesi davranışını gösteren daha iyi bir gösterge olduğunu savunmuşlardır. Tüketici memnuniyetini esas alan SERVPERF Modelinin, tüketicilerin algıları ile beklentileri arasındaki farkı temel alarak hizmet kalitesini ölçen SERVQUAL Modeline nazaran daha doğru olabileceğini belirtmişlerdir (Cronin ve Taylor, 1992: 56).

2.2.2.3. Veri Zarflama Analizi

Parametrik olmayan bir yöntem olan Veri Zarflama Analizi, sistemlerin etkinliğini belirlenmesinde kullanılan bir optimizasyon tekniğidir. Veri zarflama analizi analizi, girdi ve çıktılar arasındaki fonksiyonun önceden belirli analitik bir yapı gerektirmemesi, aynı anda birden çok girdi-çıkı faktörünü bir arada değerlendirebilmesi, modellenebilme ve yorumlanabilme kolaylığı ile yayınlandığı

1978 yılından itibaren yaklaşık 3000'e yakın çalışmaya konu olmuş ve uygulanmış popüler bir tekniktir (Özgen, 2011: 4).

2.2.2.4. Önem-Performans Analizi

Önem-Performans Analizi, hizmet kalitesini, SERVQUAL'da olduğu gibi müşterinin algıladığı işletme performansına ilaveten bu tutumların önemine bağlar. Ancak, müşteri beklentilerinin her zaman yüksek olacağı varsayımı ile, beklentiler bu analize dahil edilmemiştir. Bu anlamda, müşteri beklentileri yerine, müşterilerin ilgili tutuma verdiği önem, Önem-Performans Analizinin temelini oluşturmaktadır. Analizdeki diğer ikinci kriter ise işletme performansıdır. Bu kriter, SERVQUAL ve SERVPERF'teki anlamından farklı bir anlam taşımamaktadır (Masoud ve Strong, 1994: 28).

Önem-Performans Analizi, emeklilik sigortası hizmetleri, bankacılık, sağlık hizmetleri dâhil pazarlama literatüründe ve birçok değişik hizmet işletmesinde kullanılmış ve hizmet kalitesi ölçümlerinde kullanılabilecek geçerli ve güçlü bir teknik olduğu savunulmuştur (Masoud ve Strong, 1994: 28). X-ekseni üzerinde genellikle 22 maddeden oluşan önemlilik kriterleri değerlendirilirken Y-ekseni üzerinde ise işletme performans skorları değerlendirilir (Tribe ve Snaith, 1998: 28). Bu doğrultuda:

- Müşterinin oldukça önem verdikleri noktalara işletmenin sadece yeterli düzeyde hizmet sunduğu alanlar,
- İşletmenin yeterli düzeyde hizmet sunduğu ancak müşterilerin diğer kriterlere göre daha az önem verdikleri noktalar,
- İşletmenin oldukça iyi düzeyde hizmet sunduğu ancak müşterilerin diğer kriterlere göre daha az önem verdikleri noktalar,
- Müşterilerin oldukça önem verdikleri noktalarda, işletmenin mükemmel hizmet kalitesi sunduğu alanlar saptanır. Böylece, işletmenin odaklanması gereken noktalar ile iyileştirme ve geliştirme çabalarının gerekli olduğu alanlar belirlenir.

2.2.2.5. Rasyo Logaritması

Rasyo Logaritması çerçevesinde müşteri beklentilerinin algıları geçmesi, hizmet kalitesi açısından kabul edilen bir gerçektir. Diğer taraftan, doğal olarak, başarılı işletmelerin performansları müşteri beklentilerini belirli bir süre için aşar. Ancak, uzun vadede bu işletmelerin performansları müşteri beklentilerini yükseltir. Bu döngü

içerisinde, SERVPERF'ten farklı olarak Rasyo Logaritması'nda, algı ve beklenti hizmet kalitesinin belirleyicileri olarak kabul edilir (Stafford, 1999: 17).

SERVQUAL'a alternatif olarak Rasyo Logaritması ise, algı ve beklenti arasındaki kıyaslamayı bu iki faktörün rasyosunu alarak yapmayı amaçlamıştır. Ancak, sadece iki faktörün rasyosunun alınması ile doğabilecek istatistiksel problemlere karşın aynı soruya ait beklenti ve algı değerlerinin rasyosunun logaritmasının alınması tavsiye edilmiştir (Stafford, 1999: 17).

2.2.2.6. Özel Değişim Değerleme

SERQUAL Modeline getirilen eleştiriler ve hizmet kalitesi ölçüm modeli alanındaki gelişmeler üzerine Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1994 yılında SERVQUAL ölçeğini yeniden gözden geçirme gereğini duymuşlardır. Cronin ve Taylor'ın hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetinden önce geldiği görüşünün araştırmacılar tarafından desteklenmediği, bu nedenle tartışılır olduğunu ifade etmişler ve bu amaçla, "Özel Değişim Değerleme Modeli"ni (Transaction-Specific Evaluations) geliştirmişlerdir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1994b: 121).

Model, tüketicinin genel memnuniyetini göstermeye yönelik bir çalışmadır. Modele göre tüketicinin genel memnuniyeti; tüketicinin hizmet kalitesi, mamul kalitesi ve fiyat değerlemesinin bir fonksiyonudur. Burada ifade edilen "mamul" sözcüğü; somut ürün veya mal, mamul kalitesi de somut ürün kalitesi anlamını içermektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1994b: 121).

2.2.2.7. Sasser, Olsen, Wyckoff'un Hizmet Kalitesi Boyutları

1978 yılında bir hizmet işletmesinin hizmet düzeyini belirleyen üç boyuttan söz eden Sasser, Olsen ve Wyckoff'un ortaya koyduğu boyutlar:

- Hizmet üretiminde kullanılan materyallerin nitelikleri,
- Hizmetin yaratıldığı fiziksel atmosfer ile araç, gereç gibi teknik olanaklar,
- Hizmet veren personelin tutum ve davranışlarıdır.

Hizmet kalitesinin hizmetin sonucundan daha fazla şeyi içerdiğini, hizmetin ulaştırma biçimini vurgulamışlardır (Ardıç ve Güler, 2000: 20).

2.2.2.8. DEA Modeli

Veri Saklama Analizi (Data Envelopment Analysis) DEA, geçen birkaç yıl esnasında kazancın artmasıyla servis kalitesinde popüler olmuş bir benchmarking

teknikiğidir. Servis kalitesinin yüksek düzeyde başarılması önemlidir. DEA modelleri en çok banka şubelerinin performansını değerlendirmede geliştirildi. Benchmarking, sürekli gelişime inanmış kuruluşların müşteri tatminini ve rekabet üstünlüğünü hedefleyerek, ürün, servis ve süreçlerle mükemmellik örneği olan lider kuruluşların gelişmiş ve etken uygulamalarını kendi kuruluşlarına uygulamak amacıyla kullanacakları sistematik bir, karşılaştırmalı ölçme yöntemidir (Sarıkaya, 2004: 1-3).

2.2.2.9. Donabedian Kalite Modeli

Donabedian modeli, bir tıbbi hizmet işletmesi örneğinde aşağıdaki üç kalite düzeyini esas alıp bunlar arasında karşılıklı bağımlılık bulunduğu ve hizmet sunumunun biçimlendirilmesinde bu konunun göz önünde tutulması gerektiğine değinmiştir (Yüksel, 2002: 41):

- Potansiyel kalitesi,
- Süreç kalitesi,
- Sonuç kalitesi.

Potansiyel kalitesi; hizmet işletmesinin maddi, örgütsel ve kişisel hizmet verme koşullarını konu alır. **Süreç kalitesi;** hizmetin ortaya konusu sırasında hizmet verenin bütün etkinliklerini anlatır. **Sonuç kalitesi ise;** hizmet hedefinin erişilme derecesini belirtir. Bu model ilk kez, maddi ürün pazarlamasından farklı olarak, müşterinin algıladığı hizmet kalitesi bakımından, sadece (örneğin bir tüketim malının kullanımıyla sağlanan yarar gibi) ortaya konan sonuçla belirlenmediğini, aksine potansiyel ve üretim aşamalarının da önemli oranda etkili olduğunu ortaya koymuştur. Onun için hizmetten sağlanan yarar sadece hizmet sonucuyla ölçülmez, aksine pek çok hizmet dalı bakımından edim potansiyeli ve edim sürecinin tarzından sağlanan yarar da önem taşır (örneğin lüks otelcilik ya da futbol maçında olduğu gibi).

2.2.2.10. Meyer/Mattmüller Kalite Modeli

Meyer/Mattmüller'in modeli aslında Grönroos ve Donabedian'ın "potansiyel-süreç-sonuç-tasarım" larından esinlenmekte, fakat buna ayrıca dış faktörlerin potansiyel kalitesi anlamını da eklemektedir. Bu modelde kalite izlenimi, aşağıdaki dört alt kalite kavramıyla bağlantılı olarak hizmet süreci boyunca değişikliğe uğrayabilmektedir (Yüksel, 2002: 42):

- Hizmet sunanın potansiyel kalitesi,

- Hizmet isteyeninin potansiyel kalitesi,
- Süreç kalitesi,
- Sonuç kalitesi.

Kalite talepleri, hem edim potansiyeli, hem de hizmetin ortaya konu süreci ve sonucunu kapsar. Bu nedenle, bir hizmetin grl; çeşitli edim aşamalarından oluşur ve bunların belirtilerinin bütünü olarak yorumlanır. Bu yüzden hizmetle ilgili değer yargısı açısından bütün bu süreçteki herhangi bir aşamanın müşterinin kalite beklentilerine uymaması durumunda bile bütün bir ürün müşteri tarafından btnm gibi algılanırlar; öyle ki, hizmet edim aşamalarının zayıf olan bir bölümü, müşterinin bütünle ilgili olumsuz yargısına neden olur.

3. YABANCI DİL EĞİTİM HİZMETLERİNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Bu bölümde Karabük Üniversitesi'nin yabancı dil hazırlık eğitiminin hizmet kalitesinin ölçümünü amaçlayan araştırmada öncelikle araştırmanın konusu, önemi ve amacı belirtilecektir. Daha sonra araştırmanın modeli vurgulanacaktır. Araştırma verilerinin toplanması süreci açıklandıktan sonra gerekli analizlere yer verilecektir.

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Araştırma, bir eğitim hizmeti olan yabancı dil hazırlık eğitiminin, bu eğitim hizmetinden yararlanan öğrenciler tarafından değerlendirilmesini konu edinmektedir. Bu kapsamda Karabük Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu tarafından yürütülen yabancı dil hazırlık eğitim hizmetinin kalitesi, bu yüksekokul tarafından yürütülen yabancı dil hazırlık eğitime kayıtlı öğrenciler tarafından değerlendirilmektedir. Karabük Üniversitesi'nin hazırlık sınıfı öğrencilerinin yabancı dil hazırlık eğitimi hakkındaki düşünceleri, yabancı dil hazırlık eğitiminden beklentilerini belirlemektedir. Karabük Üniversitesi'nin yabancı dil hazırlık eğitimini uygulamasıyla da öğrencilerin algılamaları ortaya çıkmaktadır. Araştırma özünde öğrencilerin düşünceleriyle oluşturdukları beklentileriyle Karabük Üniversitesi'nin uygulamalarıyla ortaya çıkan algılamalarının karşılaştırılmasını konu edinmektedir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın esas olarak; Karabük Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Yabancı Dil Hazırlık Birimi'nin algılanan hizmet kalitesi düzeyinin ölçülmesi ve kalite düzeyleri açısından beklenti ve algılama karşılaştırması yapılarak kalite algısı düzeyinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bundan maksat ise öğrencilerin Karabük Üniversitesi'nin yabancı dil hazırlık eğitiminden tatmin düzeylerini ölçmektir.

Yabancı dil eğitim hizmeti kullananların hizmet kalitesini algılamalarının belirlenmesi önemli bir konudur. Çünkü ancak bu sayede, bu hizmeti kullananların algılamalarını belirlemek ve algılamalar doğrultusunda kalite iyileştirmeleri mümkün olabilecektir. Bunun içinde öğrencilerin kalite beklentilerinin belirlenmesinin de gereği olarak kalite algılarının ölçülmesi gerekmektedir. Bu araştırma, yabancı dil hazırlık eğitim hizmetlerini almakta olan, müşteri konumundaki öğrencilerin hangi beklentiler ile bu hizmetleri aldıkları ve bu hizmetlerden memnun olup olmadıklarını açıklamaya çalışması yönünden önem taşımaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma uygulamalı bir araştırmadır. Araştırmanın problemi, Yabancı Diller Yüksekokulu tarafından yürütülen yabancı dil hazırlık eğitimine kayıtlı öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitimiyle ilgili beklentileri ve aldıkları yabancı dil hazırlık eğitim hizmetiyle ilgili algılamalarını ortaya çıkarmaktır. Araştırmada veriler, anket yöntemiyle elde edilmektedir.

3.2.1. Anakütle ve Örneklem

Araştırma kapsamında Karabük Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu yabancı dil İngilizce hazırlık sınıflarına kayıtlı tüm öğrenciler anakütleyi oluşturmaktadır. Karabük Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu'ndan alınan verilere göre, yabancı dil İngilizce hazırlık sınıflarının öğrenci sayısı 5.418 kişidir. Araştırma için bu ana kütle içerisinde tüm bu grupları yansıtacak bir şekilde sınıflar belirlenmiş ve bu sınıflar içerisinde de bir ihtimalsiz örnekleme yöntemi olan Kota örnekleme yöntemiyle öğrenciler seçilmiştir.

Kota örnekleme, iki aşamalı bir yargısal örnekleme olarak görülebilir. İlk aşama, ana kütle kontrol kategorisini (ya da kotasını) oluşturmaktan ibarettir. Bu kotayı geliştirmek için araştırmacı, kontrol karakteristiklerinin listesini hazırlar ve hedef ana kütle içindeki dağılımını belirler. Bu karakteristikler genelde cinsiyet, yaş, ırk, gelir vs. gibi özelliklerden birini ya da birkaçını içerir. Karakteristiklerin örnek kütle içindeki oran (ya da payı) ana kütledeki aynı olmalıdır. Yani belirlenen karakteristikler itibarıyla örnek kütle ana kütle temsil kabiliyeti tam olmalıdır. İkinci aşamada örnek birimleri kolayca ya da yargısal örnekleme esaslarına göre belirlenir. İlgili kotalar, araştırmacı tarafından belirlenir ve görüşmeciler bu kotaları uygulamak şartıyla, istediği örneği kütle almaya serbesttir. Kota örnekleme iki aşamalı olması hasebiyle, ileride göreceğimiz, katmanlı örnekleme de benzerdir. Burada sözünü ettiğimiz her karakter bir katman olarak düşünülebilir (Nakip 2006: 206).

Toplamda 5.418 öğrenciden oluşan anakütle; I. öğretimde 3.263 öğrenci ve II. öğretimde 2.155 öğrenci olmak üzere iki katmandan oluşmaktadır. Anakütlenin %10'u olan 541 adet anket yapmanın hedeflendiği araştırmada Katmanlı Örneklem'nin gereği I. öğretim öğrencilerinin %10'u olan 325 öğrenci ve II. öğretim öğrencilerinin %10'u olan 215 öğrenci ile anket yapılması planlanmıştır.

Tablo 3.1. Karabük Üniversitesi Yabancı Dil Hazırlık Birimi Öğrencilerinin I. Öğretim ve II. Öğretim Gruplarındaki Dağılımları

	I. Öğretim	II. Öğretim	Toplam
Öğrenci Sayısı	3.263	2.155	5.418

Karabük Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu yabancı dil hazırlık biriminin 2012-2013 bahar yarıyılı eğitim dönemi sonunda 6-7 Haziran 2013 tarihlerinde, öğrencilere yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulanmıştır. I. öğretim sınıflarına gündüz uygulanan 350 anketten 329 adedi doldurulmuş olarak toplanırken, İkinci öğretim sınıflarına akşam uygulanan 220 anketten 184 adedi doldurulmuş olarak toplanmıştır.

3.2.2. Veri Toplama Aracı

Uygulama kısmında kullanılacak olan veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Anket formu, anket belirleme yöntemlerinden biri olan yüz yüze görüşme yöntemi şeklinde düzenlenmiştir (Nakip, 2006:121). Anket formu oluşturulurken literatür taraması yapılmış ve hizmet sektöründe daha önce gerçekleştirilen araştırmalardan yararlanılmıştır (Özkanal, 2009: 191-196/ŞEN, 2012:207/Ege, 2006:121, Özdil ve Yoğurtçu, 2009: 60-67) kullanılan ifadelerden yararlanılmıştır.

Yapılan çalışmada uygulanan anket dört bölümden oluşmaktadır. 15 sorudan oluşan birinci bölümde demografik özellikler ve öğrencilerin eğitim bilgilerine yer verilmiştir. İkinci bölümde, öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitimi olan bir üniversiteyi hizmet kalitesi açısından değerlendirmelerine yönelik hazırlanan (Çakmak, 2013: 275) sorular yer almaktadır. 16. Soru (Parasuraman, A., Zeithaml V. A. ve Berry, L. L. , 1990: 32) tarafından belirlenen hizmet kalitesinin beş kriterini yansıtabilecek şekilde uyarlanmıştır.

Öğrencilerden hazırlanan ifadeleri önem sırasına göre toplamda 100 puan olmak üzere puanlamaları istenmiştir. 17. Soruda ise öğrencilerden almakta oldukları yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili en önem verdikleri faktörleri belirleyerek sıralamaları istenmiştir. 18.soruda öğrencilerden Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitiminden genel olarak memnuniyetlerini belirtmeleri istenirken, 19. Soruda ise öğrencilerin Karabük Üniversitesi'nden genel olarak memnuniyet düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise öğrencilerin mükemmel yabancı dil hazırlık eğitimi

veren bir üniversite ile ilgili 28 beklenti ifadesi ve Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitimi uygulamaları ile ilgili 28 algılama ifadesi yer almaktadır.

Anketler, Karabük Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu yabancı dil hazırlık eğitiminin 2012-2013 bahar yarıyılı eğitim dönemi sonunda öğrencilere yüz yüze görüşme yöntemiyle yabancı dil hazırlık sınıflarında, ders sırasında, Karabük Üniversitesi yönetiminden ve Yabancı Diller Yüksekokulu'ndan izin alınarak, araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Anket uygulaması aynı gün içerisinde gündüz I. öğretim öğrencilerine, akşamda II. öğretim öğrencilerine yapılmış ve sınıflarda dağıtılan anketler gerekli açıklama yapıldıktan sonra öğrenciler tarafından doldurulmuş ve toplanmıştır. Ana kütleyi oluşturan 5.418 öğrencinin %10'una ulaşmak hedeflenmiş ve 580 anket öğrencilere dağıtılmış, 516 anket doldurulmuş olarak toplanmıştır.

3.2.3. Anketin Güvenilirliği

Anket yoluyla toplanan verilerin değerlendirilmesindeki temel amaç, cevabı aranan sorulara doğru ve geçerli cevapların bulunmasıdır. Ölçekte yer alan soruların ölçülmesi planlanan yapıyı açıklayacak ilişki içerisinde olup olmadığı ve her maddenin diğerleri ile ne ölçüde ilişkili olduğu bu şekilde bulunabilmektedir. Yapılan araştırmalarda yanlış cevap alma ihtimalini ortadan kaldırmak için, maddelerde güvenilirlik ve geçerlik noktalarına özel önem verilmektedir. Güvenirlik, bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesidir. Geçerlik ise, bir test ya da ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir (Altunışık vd. , 2004: 112-113).

Güvenilirlik analiziyle, veri toplama aracının güvenilirliği ölçülmektedir. Güvenilirliği değerlendirebilmek için kullanılan yaklaşımlardan biri de Alfa Yöntemi (Cronbach Alfa Katsayısı) dir. Bu yöntem, pazarlama araştırmalarında uygulamasına sıkça rastlanan Likert ölçekli sorularda kullanılır. Alfa katsayısı 0 ile 1 arasında bir değer alır. Katsayı 1'e yaklaştıkça verilerin güvenilirliği artar. 0'a yaklaştıkça verilerin güvenilirliği azalır (Nakip, 2006: 144-146).

Ankette yer alan demografik özellikler, öğrencilerin eğitim bilgileri ve Yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili ifadeleri içeren ve 5'li Likert ölçeğiyle sorulan beklenti soruları ve algılama sorularına güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Toplam 56 öğeye uygulanan güvenilirlik analizi sonucu Alfa Katsayısı %91,10 çıkmıştır. Bu sonuca göre hazırlanan anketin güvenilir olduğu söylenebilir.

3.2.4. Araştırmanın Kısıtları

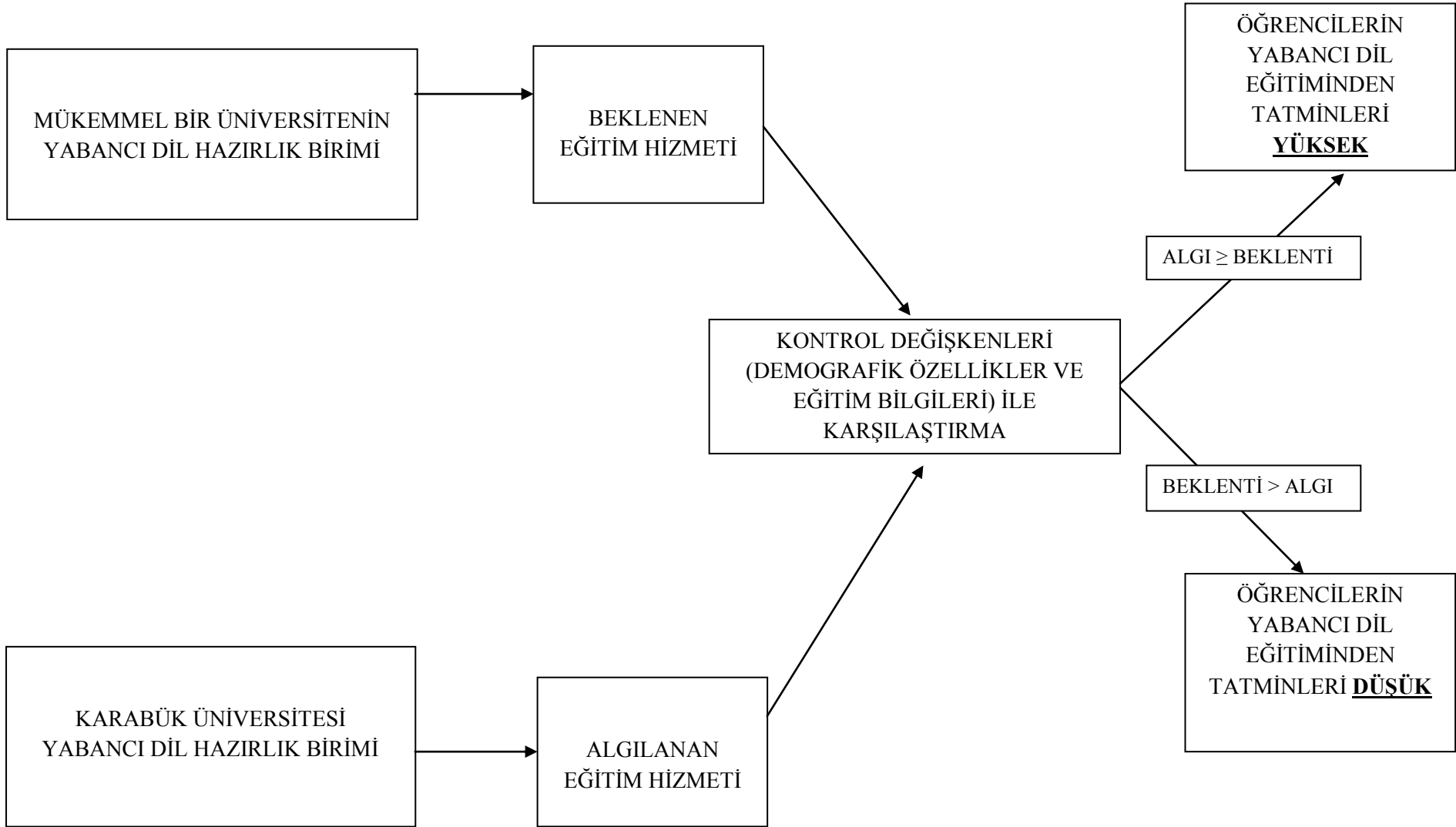
Araştırmanın temel sınırlılıklarını örnekleme ile ilgili sınırlılıklar oluşturmaktadır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi gören ve bu kitle içinden seçilen bir örneklem grubundan elde edilmiştir. Araştırmanın diğer kısıtlarında zaman ve maliyettir.

3.2.5. Araştırmanın Modeli

Araştırmada, literatürde hizmet kalitesinin ölçümünde en çok kullanıldığı belirlenen, Zeithaml, Berry ve Parasuraman'ın (1985) geliştirdikleri SERVQUAL ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu modele göre algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmeti sunan işletmeden algıladıkları ile hizmetten bekledikleri arasındaki farka dayanmaktadır. Bu araştırmada, SERVQUAL modeli kullanılarak, eğitim hizmetinin değişik boyutları itibarıyla eğitim hizmetleri alanların kalite algılamaları ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın modeli Şekil 3.1'de gösterilmektedir. Yabancı dil hazırlık eğitimi veren bir üniversiteyi tercih etme ve yerleşme sonucunda öğrencilerde bu eğitimle ilgili beklentiler ortaya çıkmaktadır. Bu beklentilerin yanı sıra Karabük Üniversitesi' nin uygulamaları doğrultusunda, öğrencilerde algılamalar meydana gelmektedir. Model, öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim bilgileri şeklinde ifade edilen kontrol değişkenleri aracılığıyla beklentileri ve algılamalarının karşılaştırılmalarını ifade etmektedir. Bu karşılaştırma, yabancı dil hazırlık eğitimi alan öğrencilerin bu eğitimle ilgili olarak tatmin derecelerini ortaya çıkarmaktadır. Öğrencilerin algılarının beklentilerinden büyük çıkması, yabancı dil hazırlık eğitiminden tatmin derecelerinin yüksek olması anlamına gelmektedir. Eğer öğrencilerin beklentileri algılarından büyük çıkarsa bu durumda da yabancı dil hazırlık eğitiminden tatmin derecelerinin düşük olması anlamına gelmektedir.

Araştırmanın analiz kısmında, kontrol değişkenleri dikkate alınarak beklenti ve algılamalar karşılaştırılmış ve öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitiminden tatmin düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu karşılaştırmalar, literatür taraması sonucu belirlenen 28 ifadeye verilen cevaplarla yapılmıştır. Teorik kısımdaki bilgilerin ışığında uyarlanan ifadeler, beklenti ve algılamaların ölçümünde kullanılmaktadır. Ayrıca analiz sonucunda ifade bazında öğrencilerin tatmin seviyeleri de ortaya konulmaya çalışılmıştır.



Şekil 3.1. Araştırmanın Model

3.3.VERİLERİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) paket programının 18.0 sürümüyle çözümlenmiştir. Anket yoluyla elde edilen verilere uygulanacak ilk analiz, yüzde analizidir. Yüzde analiziyle ankete katılan öğrencilerle ilgili bilgiler verilmektedir. Daha sonra öğrencilerin mükemmel bir yabancı dil hazırlık eğitiminden beklentileri ve kayıt oldukları yabancı dil hazırlık eğitiminden algılamalarının ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak çikarsamalar yapılmaktadır.

Bu doğrultuda öncelikle gerçekleştirilen uygulamanın güvenilirliği test edilmiş, daha sonra öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim bilgileri (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, eğitim şekli, eğitim dil yüzdesi, Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce hazırlık eğitimi alıp almama durumu) dikkate alınarak analizler uygulanmıştır.

İkinci aşamada, 16. Soruyla öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitimi birimi olan bir üniversiteyi hizmet kalitesi açısından değerlendirmeleri istenmekte ve 100 puanı bu özellikler arasında tam olarak dağıtmaları istenmektedir. Öğrencilerin verdiği puanlar toplanarak ortalaması alınmıştır. 17. soruda ise öğrencilerden yabancı dil hazırlık eğitimini etkileyen en önemli beş faktörü belirlemeleri ve önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Öğrencilerin verdikleri cevaplarla ortaya konan faktörler öncelikle ortak özellikteki faktörler altında toplanmış ve faktör sayısı altıya indirilmiştir. Daha sonra verilen puanlara göre bir sıralama yapılmıştır.

Üçüncü aşamada öğrencilerin mükemmel yabancı dil hazırlık eğitimi veren bir üniversiteden beklentileri ve öğrencisi oldukları Karabük Üniversite'nin yabancı dil hazırlık eğitimi uygulamalarıyla ilgili algılamalarının ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak çikarsamalar yapılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda, öğrencilerin hizmetlerin kalitesinden duydukları tatmin düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Dördüncü aşamada araştırmanın değişkenlerine Faktör Analizi uygulanmıştır. Faktör Analizi, değişkenler arasındaki temel boyutları veya faktörleri tespit etmeye yönelik olarak, değişkenler arasında herhangi bir bağımlı ya da bağımsız ayrımı yapılmaksızın tüm değişkenler arasındaki ilişkileri dikkate alan bir analiz tekniğidir (Altunışık vd., 2004: 151). Bu analiz, birbiri ile ilişkili değişkenleri bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı değişkenler (faktör boyutları) bulmayı,

keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistik yöntemidir. Burada bir faktörleştirme ya da ortak faktör adı verilen yeni değişkenleri ortaya çıkarma ve maddelerin faktör yük değerlerini kullanarak kavramların işlevsel tanımlarını elde etme süreci söz konusudur (Büyüköztürk, 2002). Değişken sayıları azaltılarak bunlar belirli faktörler altında birleştirilmekte ve yeni açıklayıcı fonksiyonel yapılar ortaya konulmaktadır. Cevaplayıcılara sorulan 28 beklenti ve algılama ifadesi ayrı ayrı Faktör Analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda 28 ifadenin belirli faktörler altında toplanamadığı görülmektedir.

Beşinci ve son aşamada tek faktörlü çoklu varyans analizi (MANOVA) kullanılmaktadır. Çok değişkenli varyans analizi (MANOVA), iki ya da daha fazla metrik bağımlı değişken varken kullanılmaktadır. Amaç, grup ortalamaları arasında fark olup olmadığını ölçmektir (Nakip, 2006: 387). Bu aşamada önce öğrencilerin beklenti ve algılamaları genel olarak karşılaştırılmakta daha sonra ise demografik özellikleri ve eğitim bilgileri dikkate alınarak oluşturulan öğrenci gruplarının beklenti ve algılamaları karşılaştırılmaktadır. Bu karşılaştırmalar yapılırken MANOVA kullanılmaktadır. Yapılan Faktör Analizi sonucunda ifadeler belirli faktörler altında toplanamadığı için beklenti-algılama karşılaştırmaları ifadeler bazında yapılmıştır. Cevaplayıcıların beklenti ve algılama ifadelerine verdikleri cevaplar, cevaplayıcıların demografik özellikleri ve eğitim durumu bilgileri dikkate alınarak değerlendirilmektedir. Her ifade için bir beklenti ve bir de algılama cevabı bulunmaktadır. Her aşamada değişkenlerin ortalamaları alınmaktadır. Analiz ve değerlendirmelerin temelinde değişkenlerin kendi içerisinde beklenti ve algılamalarının karşılaştırılmaları ve aradaki farkın ne yönde olduğunun ölçümü vardır.

3.3.1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri

Bu bölümde anket uygulamasına katılan öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim bilgilerine yer verilmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin aile aylık gelir durumları ortalama olarak 2.000 TL, öğrencilerin aylık ortalama harcama miktarı ise 592 TL olarak hesaplanmaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu, bölüm bilgisi konusunda tam bir bilgi sahibi olamadığı için bölüm sorusunu cevaplandıramadığından bölüm bilgisi verilememektedir.

Tablo 3.2. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri: Frekans ve Yüzde Oranları

Yaş	Frekans	(%)	Cinsiyet	Frekans	(%)
17-18 Yaş	72	14	Erkek	232	45
19 Yaş	186	36	Bayan	284	55
20 Yaş	155	30	Toplam	516	100
21 Yaş ve Üzeri	103	18,80			
Belirtmemiş	6	1,20	Akademik Birim	Frekans	(%)
Toplam	516	100	Fakülte	452	93,60
			Yüksekokul	29	5,60
Eğitim Düzeyi	Frekans	(%)	M. Yüksekokulu	32	6,20
Ön lisans	30	5,80	Belirtilmemiş	3	0,60
Lisans	483	93,60	Toplam	516	100
Belirtmemiş	3	0,60			
Toplam	516	100	Mezuniyet Lise	Frekans	(%)
			Fen Lisesi	4	0,80
Önce Hazırlık Alıp Almama	Frekans	(%)	Anadolu Lisesi	170	32,90
Evet	203	39,60	Normal Lise	249	48,30
Hayır	310	60,40	Meslek Lisesi	93	18
Toplam	513	100	Toplam	516	100
Eğitim Dili Yüzde Oranı	Frekans	(%)	Eğitim Şekli	Frekans	(%)
100%	124	24,5	I.Öğretim	329	63,8
30%	99	19,6	II. Öğretim	184	35,8
Türkçe	286	55,9	Belirtmemiş	2	0,4
Toplam	509	100	Toplam	515	100

Tablo 3.2.'de araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim bilgileri verilmektedir. Öğrencilerden 17-18 yaşlarında 72 kişi vardır. Bu sayı, toplam öğrenci sayısının %14,'ünü oluşturmaktadır. 19 yaşında 186 kişi bulunmaktadır. Öğrenciler en çok bu yaş grubunda yer almaktadır. Bu grubun genel toplama oranı %36'dır. 20 yaşında kişi sayısı 155'tir. Bu sayı ise genel toplamın %30'unu

oluşturmaktadır. 21 yaş ve üzerinde 103 kişi vardır. Bu grup ise genel toplamın %18,80'ini oluşturmaktadır. 6 öğrenci ise yaşını belirtmemiştir. Bu grup ise genel toplamın %1,20'sidir.

Öğrencilerin %55'i kız öğrencilerden oluşmaktadır. Erkekler ise %45'ini oluşturmaktadır. Eğitim düzeyi ile ilgili sorulan soruya verilen cevaplara bakıldığında en yüksek cevabın (483 kişi, %93,60) lisans öğrencileri olduğu görülmektedir. Daha sonra 30 kişi (%5,80) ile önlisans öğrencileri gelmektedir. Öğrencilerin 329'u (%63,80) I. öğretimde eğitim görürken, 184'ü (%35,80) II. öğretimde eğitim görmektedir. Öğrencilerin 124'ü (%24,15) %100 İngilizce eğitim alırken, 99'u (%19,60) %30 İngilizce eğitim almakta ve 286'sı (55,90) Türkçe eğitim almaktadır.

Tablo 3.3. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi İle İlgili Beş Faktörü Değerlendirmeleri

Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık sınıfı öğrencilerine yönelik hizmetlerine ilişkin	Ortalama Puan
Yabancı dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin donanımı, personeli ve iletişim malzemeleri	24,90
Yabancı dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin söz verdiği hizmeti doğru ve güvenilir olarak yerine getirmesi	21,06
Yabancı dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin öğrencilerine yardımcı olma ve süratli hizmet verme isteği	14,17
Yabancı dil hazırlık sınıfı olan üniversite çalışanlarının bilgi ve nezaketleri ile güven telkin etme kabiliyetleri	22,75
Yabancı dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin öğrencilerine gösterdiği kişisel ilgi	13,73

Tabloya göre; araştırmaya katılan öğrenciler yabancı dil hazırlık eğitimi veren bir üniversitenin hizmet kalitesi açısından en çok “donanımı, personeli ve iletişim malzemeleri” özelliğini önemli bulmaktadır. En az önem verilen özellik ise “öğrencilerine gösterdiği kişisel ilgi”dir.

Tablo 3.4. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitiminde Önemli Olan Beş Faktörü Önem Derecesine Göre Sıralamaları

Hazırlık Eğitimini Etkileyen Beş Faktör	Puan ¹
Öğretim Elemanı	1412
Müfredat	1212
Materyal	805
Fizikî Ortam	566
Öğrencinin Yaklaşımı	314
Diğer	346
TOPLAM	4655

Öğrencilerin yabancı dil eğitiminde önemli olduğunu düşündükleri beş faktörü önem sırasına göre puanlamaları istendiğinde verilen cevaplar mertebeli dereceleme yöntemine tabi tutulmuştur. Sıralı bir ölçek olan bu tür derecelemede nesnel, cevaplayıcıya tesadüfi (ya da alfabetik) bir sırada sunulur ve belirli bir ölçüte göre sıralanması istenir. Burada ikili karşılaştırma olmayıp, önem derecesine göre sıralama söz konusudur (Nakip, 2006: 138). Sonuç Tablo 3.4.'te sunulmaktadır. Tablodaki bilgilere göre öğrenciler, yabancı dil eğitiminde “öğretim elemanı” faktörünü en çok önemli olarak nitelerken “Öğrencinin Yaklaşımı” faktörünü en az önemli olarak değerlendirmektedirler.

3.3.1. Öğrencilerin Karabük Üniversitesi ile İlgili Genel Memnuniyet Düzeyleri

Anket formunda öğrencilere Karabük Üniversitesi ile ilgili memnuniyet düzeyleri sorulmuştur. Verilen cevapların ortalamaları, standart sapmaları ve frekans dağılımları Tablo 3.5.'te verilmektedir.

¹ Araştırmaya katılanlara öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitiminde önemli olan beş faktörü önem derecesine göre sıralamaları istenmiş ve cevaplar mertebeli dereceleme yöntemiyle puanlamaya tabi tutulmuştur.

Tablo 3.5. Cevaplayıcıların Karabük Üniversitesi ile İlgili Memnuniyet Düzeyleri

Hiç Memnun Değilim		Memnun Değilim		Kararsızım		Memnunum		Çok Memnunum		Ortalama*	Standart Sapma
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
34	6,6	75	14,5	158	30,6	215	41,7	24	4,7	3,28	1,55

* 1-Hiç Memnun Değilim, 2-Memnun Değilim, 3- Kararsızım, 4-Memnunum, 5-Çok Memnunum

Karabük Üniversitesi genel memnuniyet düzeyinin ölçüldüğü soruya cevap veren 75 kişi (%14,50) memnun olmadıklarını belirtirken, 215 kişi (%41,70) memnun olduklarını belirtmişlerdir. Cevapların ortalama değeri 3,28 çıkmıştır. Yani Kararsızım ile Memnunum arası bir cevap çıkmıştır. Toplamda memnun olan öğrenci sayısının (249) memnun olmayan öğrenci sayısından (109) büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda öğrencilerin çoğunluğunun Karabük Üniversitesi'nde eğitim almaktan memnun olduğu söylenebilir.

3.3.2.Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi ile İlgili Memnuniyet Düzeyleri

Anket formunda öğrencilere yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili memnuniyet düzeyleri sorulmuştur. Verilen cevapların ortalamaları, standart sapmaları ve frekans dağılımları Tablo 3.6.'da verilmektedir.

Tablo 3.6. ÖğrencilerinYabancı Dil Hazırlık Eğitimi ile İlgili Memnuniyet Düzeyleri

Hiç Memnun Değilim		Memnun Değilim		Kararsızım		Memnunum		Çok Memnunum		Ortalama *	St. Sapma
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
62	12,00	124	24,00	142	27,50	161	31,20	17,00	3,30	2,88	1,65

* 1-Hiç Memnun Değilim, 2-Memnun Değilim, 3-Kararsızım, 4-Memnunum, 5-Çok Memnunum..

Ankete katılan 516 öğrenciden 510'u tarafından cevaplandırılan Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitiminden memnuniyet düzeylerinin ölçüldüğü soruya cevap veren 124 kişi (%24,00) memnun olmadıklarını belirtirken, 142 kişi (%31,20) ise memnun olduklarını belirtmişlerdir. Cevapların ortalama değeri 2,88 çıkmıştır. Yani (3-kararsızım) cevabına çok yakın çıkmıştır. Toplamda memnun olan öğrenci sayısının (178) memnun olmayan öğrenci sayısından (186) küçük olduğu görülmektedir. Bu durumda Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi alan öğrencilerin hemen hemen yarıya yakınının memnun olduğu söylenebilir.

Öğrencilerin memnuniyetleri ile ilgili bir başka karşılaştırmaya göre öğrencilerin Karabük Üniversitesi'nden memnuniyet oranı, yabancı dil hazırlık eğitiminden memnuniyet oranına göre daha yüksek çıkmıştır. Bu durumda, yabancı dil hazırlık eğitiminden memnun olmayan bazı öğrencilerin de Karabük Üniversitesi'nden memnun oldukları söylenebilir.

3.3.3. Öğrencilerin Beklentileriyle Algılamalarının Genel Olarak Karşılaştırılması

SERVQUAL modeli, esas olarak beklenti ve algılamaların karşılaştırılmasına dayanmaktadır. Dolayısıyla aşağıda öğrencilerin mükemmel bir üniversite yabancı dil hazırlık eğitiminden beklentileri ile Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitimiyle ilgili algılamaları karşılaştırılarak hizmet kalitesi ölçülmüştür. Bu bölümde ankete katılan kişilerin herhangi bir özellikleri dikkate alınmadan genel olarak ankette verilen ifadelerle ilgili cevapları değerlendirilmektedir. Öğrencilerin beklenti ve algılama ifadelerine verdikleri cevaplar karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla 28 ifadeyle ilgili beklenti ve algılama ortalamalarının bir arada gösterimi Tablo 3.7.'de verilmektedir.

Tablo 3.7. Öğrencilerin Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi ile İlgili Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	Beklentiler			Yabancı Dil Hazırlık Eğitimiyle İlgili İfadeler	Algılamalar		
	Z	Standart Sapma	Ortalama*		Ortalama*	Standart Sapma	Z
1	421	1,33	3,75	Üniversitenin adının tercihimde önemli olması	3,02	1,37	421
2	422	1,17	3,83	Üniversitenin kampüsünün modern görünümünün önemli olması	3,03	1,29	422
3	422	1,06	4,18	Üniversitenin temiz ve bakımlı olması	3,71	1,15	422
4	422	1,22	3,96	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişli olması	3,10	1,35	422
5	422	1,19	4,08	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyallerinin uluslararası düzeyde ve kaliteli olması	3,23	1,30	422
6	422	0,84	4,71	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olması	3,32	1,52	422
7	422	0,81	4,73	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olması	3,41	1,41	422
8	422	0,96	4,58	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olması	3,27	1,33	422
9	422	0,89	4,65	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olması	3,36	1,29	422
10	422	1,19	4,23	Üniversitede haberlerin ve değişikliklerin öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyuruluyor olması	3,03	1,34	422
11	422	1,20	4,00	Üniversitenin öğrencilerin sorunlarına kısa sürede çözüm üretmesi	2,67	1,22	422
12	423	1,14	3,84	Üniversitede ders dışındaki hizmetlerin beklemeden ve zamanında alınabilir olması	2,71	1,20	423
13	422	1,40	3,67	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutuluyor olunması,	3,21	1,66	422
14	422	1,33	3,85	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılması	2,94	1,45	422
15	422	1,11	4,23	Üniversitede derslerin dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenmesi	3,67	1,31	422
16	422	1,33	3,93	Üniversitenin beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırması	2,44	1,30	422
17	422	1,19	4,16	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılıyor olması ve bu aktivitelere katılabilmesi	2,76	1,39	422
18	422	1,06	4,39	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmesi	3,16	1,43	422
19	422	2,67	4,40	Üniversitede öğretim elemanlarının konularında uzman ve bilgili olması	3,43	1,19	422
20	422	2,75	4,10	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılabilmesi	3,06	1,29	422
21	420	1,09	4,15	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örneklerin güncel olması	3,49	1,24	420
22	420	3,61	4,48	Üniversitede öğretim elemanlarının öğrettiği yabancı dili akıcı konuşuyor olması	3,50	1,29	420
23	420	1,37	3,19	Üniversitede yabancı dil dersi öğretim elemanlarının yabancı olması	2,40	1,30	420
24	420	1,21	4,15	Üniversitede öğretim elemanlarının derslere katılmayı motive etmesi	2,98	1,35	420
25	420	1,53	3,75	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısının 15-20 kişiyi geçmemesi	1,72	1,26	420
26	421	1,15	4,31	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası olması	3,29	1,40	421
27	421	1,30	4,18	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanların bulunması	2,76	1,42	421
28	420	1,26	4,04	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulması	2,53	1,18	420
Genel Ort.	421	1,37	4,16		3,04	1,33	421

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Beklenti ifadelerine verilen cevapların ortalamalarına bakılırsa çoğunlukla değerlerin 4'ün üzerinde oldukları görülebilir. 28 beklenti ifadesine verilen cevapların ortalaması 4,16 çıkmaktadır. Beklenti ifadelerine verilen cevapların ortalamasının "4-Katılıyorum" cevabı ile "5-Kesinlikle Katılıyorum" cevabı arasında çıkması, öğrencilerin genel olarak beklenti ifadelerine katıldıklarını göstermektedir.

En yüksek ortalama değere sahip beklenti ifadeleri;

- Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır,
- Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır,
- Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır,
- Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.

şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca en düşük beklenti ortalamasına (2,93) sahip olan ifade "Üniversitede yabancı dil dersi öğretim elemanları yabancı olur" ifadesi olmuştur. Bunun sebebi öğrencilerin üniversitedeki yabancı dil öğretim elemanlarının yabancı olmasından çok konularında uzman olmalarının gerekli olduğunu düşünmelerinden kaynaklanabilir.

Ortalaması 4 değerinin altında olan beklenti ifadeleri ise;

- Üniversitenin hazırlık sınıfları ders yapmaya elverişlidir,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır,
- Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır,
- Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim,
- Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür,
- Üniversitenin adı tercihimde önemlidir,
- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.

şeklinde sıralanmaktadır.

28 algılama ifadesine verilen cevapların ortalaması 3,04 çıkmaktadır. Algılama ifadelerine verilen cevapların ortalamasının beklenti ifadelerine verilen cevapların ortalamasından daha düşük çıkması, Karabük Üniversitesi'nin yabancı dil hazırlık eğitimi bakımından öğrencilerin beklentilerini karşılayamadığını göstermektedir.

Karabük Üniversitesi için en yüksek ortalama değerine sahip ifadeler;

- Üniversitenin kampüsü temiz ve bakımlıdır,

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur,
- Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur, şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca en düşük ortalamaya (2,81) sahip olan ifade “Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez” ifadesi olmuştur. Bunun sebebiyle ilgili olarak, öğrencilerin Karabük Üniversitesi'nin yabancı hazırlık eğitim sınıflarını kalabalık buldukları söylenebilir.

3.3.4. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri Dikkate Alınarak Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırması

Öğrencilere sorulan 28 beklenti ve algılama ifadesi ayrı ayrı Faktör Analizine tabi tutulmuştur. Yapılan Faktör Analizi sonucunda; 28 ifadenin belirli faktörler altında toplanamadığı görülmektedir. Bu nedenle beklenti ve algılama karşılaştırmaları, ifadeler bazında yapılmıştır. Beklenti ve algılama ifadelerine verilen cevaplar, öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim bilgileri dikkate alınarak karşılaştırılmaktadır.

Öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim bilgileri dikkate alınarak beklenti- algılama karşılaştırması yapılırken, tek faktörlü çoklu varyans analizi (MANOVA) kullanılmaktadır. Tek faktörlü çoklu varyans analizi (MANOVA), çok değişkenli analizler kategorisinde yer almaktadır. Bu kategorideki analizler için dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, analize alınacak örneğin hacmidir. Değişken sayısı ne kadar az olursa olsun, örnek hacmi 50 gözlemden az olmamalıdır (Nakip, 2006: 176).

Bu nedenle demografik özellikler dikkate alınarak yapılan grupta gözlem sayısı 50'nin altında olanlar analize alınmamaktadır. Analize giren gruplar Tablo 3.8.'de gösterilmektedir. Beklenti ve algılamalar karşılaştırılırken, öğrenciler demografik özellikler ve eğitim bilgileri açısından aşağıda belirtilen alt gruplara ayrılmaktadır. Analiz sonucunda algılama değerleri beklenti değerlerine eşit ya da yüksek ise tatminin yüksek, algılama değerleri beklenti değerlerinden düşük ise tatminin düşük olduğu sonucu çıkarılmaktadır.

Tablo 3.8. Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Eğitim Bilgileri Dikkate Alınarak Beklenti ve Algılamaların Karşılaştırılması

Demografik Özellikler	Cinsiyet	Kız Öğrenciler
		Erkek Öğrenciler
Eğitim Bilgileri	Eğitim Şekli	1. Öğretim Öğrencileri
		2. Öğretim Öğrencileri
	Gelmeden önce Hazırlık Alıp- Almama	Gelmeden Önce Hazırlık Alan Öğrenciler
		Gelmeden Önce Hazırlık Almayan Öğrenciler
	Eğitim Dili Yüzdesi	Türkçe
		%30 İngilizce
		%100 İngilizce
Eğitim Düzeyleri	Lisans Öğrencileri	

3.3.4.1. Öğrencilerin Cinsiyetleri İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan kişiler cinsiyet olarak kız öğrenciler ve erkek öğrenciler olmak üzere 2 gruba ayrılmaktadır. Araştırmaya katılan kız öğrenci sayısı 232, erkek öğrenci sayısı ise 284'tür.

Kız Öğrenciler

Kız öğrencilerin beklenti ve algılama ifadelerine verdikleri cevaplara MANOVA analizi uygulandığında Tablo 3.9.'da ki sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.9. Kız Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.	3,86	3,25	0,61	21,32	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür.	3,81	3,21	0,60	22,63	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır.	4,14	3,85	0,29	6,84	0,01
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir.	3,96	3,23	0,74	35,21	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur.	4,14	3,32	0,81	43,72	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır.	4,77	3,38	1,39	137,35	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.	4,79	3,34	1,45	159,76	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır.	4,71	3,39	1,32	153,39	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır.	4,71	3,48	1,23	137,73	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.	4,31	3,11	1,20	87,40	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.	4,07	2,79	1,28	115,57	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.	3,85	2,73	1,12	85,00	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.	3,74	3,49	0,25	2,79	0,10
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır.	3,96	3,15	0,81	35,17	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir.	4,32	3,83	0,49	17,54	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır.	3,90	2,46	1,44	112,73	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir.	4,11	2,98	1,13	74,30	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir.	4,39	3,38	1,01	62,48	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.	4,55	3,45	1,10	15,46	0,00
20	Üniversitede öğretim elemanlarına ders dışında kolaylıkla ulaşılır.	3,92	3,09	0,83	45,93	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur.	4,23	3,52	0,70	39,31	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.	4,53	3,47	1,06	13,99	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur.	3,24	2,41	0,83	36,77	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.	4,24	3,05	1,19	90,07	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,76	1,90	1,85	168,53	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.	4,34	3,42	0,92	55,35	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur.	4,21	2,84	1,37	105,00	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.	4,05	2,51	1,54	161,95	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,16	3,14	1,02		
Hotelling's T Testi F Değeri = 14,688 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıktığı görülmektedir. Bu testin anlamlı çıkması, test edilen değişkenler olan öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.9.'da verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,16), algılamaların ortalamasından (3,14) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 26'sında beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu, 2 ifade açısından ise anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu 2 ifade;

- Karabük Üniversitesi'nin hazırlık sınıfları ders yapmaya elverişlidir”
- Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur” şeklinde sıralanmaktadır.

Kız öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur,
- Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır, olmuştur.

Kız öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade ise;

- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır,
- Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür, olmuştur.

Kız öğrencilerin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir. Bu durumdan dolayı yabancı dil hazırlık eğitimi konusunda kız öğrencilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Erkek Öğrenciler

Erkek öğrencilerin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.10.'de gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıktığı görülmektedir. Bu testin anlamlı çıkması, test edilen değişkenler olan öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.10.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,11), algılamaların ortalamasından (2,95) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 28'inde de beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır.

Erkek öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır, olurken,

Erkek öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade ise;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitenin kampüsü temiz ve bakımlıdır,
- Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur, olmuştur.

Erkek öğrencilerin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir. Erkek öğrencilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Tablo 3.10. Erkek Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.	3,65	2,81	0,83	41,66	,000
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür.	3,86	2,87	0,99	76,81	,000
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır.	4,21	3,59	0,62	34,00	,000
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir.	3,96	2,98	0,98	61,26	,000
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur.	4,04	3,14	0,90	56,54	,000
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır.	4,68	3,25	1,43	145,04	,000
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.	4,69	3,46	1,24	128,92	,000
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır.	4,49	3,14	1,35	133,75	,000
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır.	4,61	3,26	1,35	155,53	,000
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.	4,18	2,96	1,22	105,98	,000
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.	3,97	2,54	1,43	151,91	,000
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.	3,87	2,68	1,18	118,85	,000
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.	3,62	2,94	0,68	21,59	,000
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır.	3,77	2,77	1,00	55,51	,000
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir.	4,15	3,52	0,63	28,47	,000
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır.	3,99	2,44	1,55	161,94	,000
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir.	4,23	2,56	1,67	195,84	,000
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir.	4,41	2,98	1,43	151,98	,000
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.	4,29	3,42	0,87	67,05	,000
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır.	4,28	3,03	1,25	23,10	,000
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur.	4,08	3,47	0,61	27,75	,000
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.	4,46	3,54	0,92	13,55	,000
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur.	3,16	2,39	0,77	37,64	,000
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.	4,07	2,94	1,13	81,63	,000
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,77	1,56	2,21	289,18	,000
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.	4,33	3,18	1,14	86,73	,000
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur.	4,19	2,73	1,46	126,94	,000
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.	4,05	2,54	1,51	164,08	,000
	GENEL ORTALAMALAR	4,11	2,95	1,16		
Hotelling's T Testi F Değeri = 19,812 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

3.3.4.2. Öğrencilerin Eğitim Şekli İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılanların eğitim şekilleri incelendiğinde I. öğretim de eğitim görenlerin 329 kişi, II. öğretim de eğitim görenlerin de 189 kişi olduğu görülmektedir.

I. Öğretim Öğrencileri

I.Öğretim öğrencilerinin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.11.'de gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıktığı görülmektedir. Bu testin anlamlı çıkması, test edilen değişkenler olan Öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.11.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,09) algılamaların ortalamasından (3,13) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 28'inde de beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. I.Öğretim öğrencilerinin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir.

I.Öğretim öğrencilerinin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır,
- Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır, olurken.

I.Öğretim öğrencilerinin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır, olmuştur.

Tablo 3.11. I. Öğretim Öğrencilerinin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.	3,83	3,09	0,73	44,67	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür.	3,86	3,15	0,71	50,23	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır.	4,18	3,79	0,38	17,49	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir.	4,02	3,27	0,75	51,39	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur.	4,10	3,29	0,82	63,45	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır.	4,72	3,41	1,31	166,07	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.	4,74	3,49	1,25	171,49	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır.	4,61	3,35	1,26	181,84	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır.	4,64	3,48	1,16	166,51	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.	4,14	3,05	1,09	105,62	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.	3,94	2,71	1,23	150,35	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.	3,77	2,76	1,01	105,44	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.	3,63	3,24	0,38	8,57	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır.	3,83	3,14	0,69	35,96	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir.	4,19	3,73	0,46	19,87	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır.	3,92	2,53	1,39	161,48	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılabilir.	4,15	2,89	1,26	134,67	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir.	4,37	3,29	1,08	104,74	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.	4,21	3,51	0,70	55,39	0,00
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır.	3,93	3,15	0,78	56,38	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur.	4,13	3,63	0,50	27,80	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.	4,37	3,66	0,71	11,87	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur.	3,17	2,49	0,67	35,02	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.	4,07	3,06	1,02	90,14	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,55	1,72	1,83	234,16	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.	4,23	3,31	0,92	72,05	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar	4,12	2,92	1,20	108,46	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.	3,95	2,62	1,33	166,65	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,09	3,13	0,96		
Hotelling's T Testi F Değeri = 18,950 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

II. Öğretim Öğrencileri

II. Öğretim öğrencilerinin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.12.'de gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıkmış olması, test edilen değişkenler olan öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.12.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,23) algılamaların ortalamasından (2,87) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 28'inde de beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. II. Öğretim öğrencilerinin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir.

II. Öğretim öğrencilerinin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur,
- Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur, olurken,

II. Öğretim öğrencilerinin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitenin adı tercihimde önemlidir,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır, olmuştur.

Tablo 3.12. II. Öğretim Öğrencilerinin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.	3,58	2,87	0,71	17,23	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümüldür.	3,78	2,80	0,99	41,44	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır.	4,17	3,57	0,60	18,94	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir.	3,85	2,78	1,07	44,80	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur.	4,04	3,11	0,93	35,74	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır.	4,73	3,11	1,62	116,88	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.	4,73	3,24	1,49	113,82	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır.	4,54	3,07	1,47	98,50	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır.	4,71	3,13	1,57	128,42	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.	4,44	2,99	1,45	92,11	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.	4,16	2,57	1,59	118,11	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.	4,04	2,60	1,44	103,41	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.	3,77	3,08	0,69	14,43	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır.	3,90	2,56	1,34	62,11	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir.	4,32	3,55	0,77	28,67	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır.	3,99	2,28	1,71	113,76	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılabilir.	4,22	2,48	1,73	131,07	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir.	4,47	2,94	1,53	105,29	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.	4,82	3,27	1,55	15,80	0,00
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır.	4,48	2,90	1,58	15,74	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur.	4,19	3,26	0,93	40,29	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.	4,75	3,20	1,54	16,03	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur.	3,24	2,20	1,04	43,46	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.	4,30	2,85	1,45	84,28	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	4,19	1,73	2,46	245,91	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.	4,54	3,26	1,28	76,29	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur.	4,35	2,50	1,86	146,05	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.	4,24	2,35	1,89	175,34	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,23	2,87	1,36		
Hotelling's T Testi F Değeri = 15,159 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

3.3.4.3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Eğitim Düzeyi İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılanların eğitim düzeyleri incelendiğinde lisans öğrencilerinin 483 kişi, önlisans öğrencilerinin de 30 kişi olduğu görülmektedir.

Lisans Öğrencileri

Lisans öğrencilerinin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.13.'de gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıktığı görülmektedir. Bu testin anlamlı çıkması, test edilen değişkenler olan öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.13.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,15) algılamaların ortalamasından (3,05) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 28'inde de beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Lisans öğrencilerinin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir.

Lisans öğrencilerinin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur, olmuştur.

Lisans öğrencilerinin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade ise;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır, olmuştur.

Tablo 3.13. Lisans Öğrencilerinin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.	3,75	3,03	0,72	56,72	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür.	3,84	3,02	0,82	88,65	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır.	4,19	3,71	0,48	37,69	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir.	3,97	3,13	0,85	84,78	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur.	4,10	3,25	0,84	89,82	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır.	4,73	3,34	1,39	261,73	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.	4,73	3,36	1,37	278,32	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır.	4,60	3,26	1,34	264,73	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır.	4,66	3,36	1,30	273,81	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.	4,24	3,04	1,20	176,92	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.	4,02	2,67	1,35	248,27	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.	3,88	2,71	1,17	195,57	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.	3,71	3,21	0,50	20,92	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır.	3,88	2,96	0,92	85,07	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir.	4,26	3,68	0,59	46,20	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır.	3,97	2,45	1,52	272,25	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılabilir.	4,18	2,75	1,43	243,83	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir.	4,46	3,16	1,30	219,26	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.	4,45	3,47	0,98	41,81	0,00
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır.	4,13	3,08	1,04	44,11	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur.	4,15	3,51	0,64	58,71	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.	4,53	3,54	0,99	24,64	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur.	3,22	2,42	0,79	70,07	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.	4,17	3,01	1,16	165,09	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,80	1,75	2,05	427,47	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.	4,34	3,29	1,06	137,48	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur.	4,19	2,76	1,44	223,33	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.	4,05	2,54	1,51	300,54	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,15	3,05	1,10		
Hotelling's T Testi F Değeri = 30,950 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

3.3.4.4. Öğrencilerin Eğitim Dili İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan öğrenciler, eğitim dili yüzdesi açısından incelendiğinde eğitim dili %100 İngilizce olan öğrencilerin 124 kişi, eğitim dili %30 İngilizce olan öğrencilerin 99 kişi, eğitim dili Türkçe olan öğrencilerin 286 kişi olduğu görülmektedir.

Eğitim Dili %100 İngilizce Olan Öğrenciler

Eğitim dili %100 İngilizce olan öğrencilerin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve anlamlı çıkan Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.14.'de gösterilmektedir.

Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıkmasından, öğrencilerin beklenti ve algılamalarının birbirinden farklı olduğu anlaşılabilir. Tablo 3.14.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,26) algılamaların ortalamasından (3,18) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki 28 ifadenin 27'sinde beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu, bir ifade açısından ise anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu ifade; "Üniversitede öğretim elemanlarına ders dışında kolaylıkla ulaşılır" ifadesidir. Eğitim dili %100 İngilizce olan öğrencilerin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması nedeniyle, bu öğrenci grubunun tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Eğitim dili %100 İngilizce olan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- "Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez"
- "Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur"
- "Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur"

Eğitim dili %100 İngilizce olan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade;

- "Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum"
- "Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir"

- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır” olmuştur.

Tablo 3.14. Eğitim Dili %100 İngilizce olan Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir	3,77	3,11	0,66	12,58	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür	3,77	3,01	0,76	17,26	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır	4,24	3,71	0,53	11,44	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir	3,97	3,31	0,66	12,55	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur	4,22	3,41	0,81	21,27	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır	4,75	3,50	1,25	62,00	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır	4,80	3,42	1,38	82,39	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır	4,68	3,35	1,33	78,46	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır	4,70	3,52	1,18	70,40	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur	4,35	3,14	1,21	47,21	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir	4,21	2,78	1,43	73,92	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim	3,98	2,75	1,23	62,58	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum	3,84	3,21	0,63	8,36	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır	3,99	2,88	1,11	31,40	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir	4,42	3,82	0,60	14,14	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır	4,38	2,91	1,47	84,38	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir	4,45	2,98	1,47	64,16	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir	4,55	3,30	1,25	58,18	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir	4,52	3,73	0,79	33,55	0,00
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır	4,21	3,33	0,88	29,02	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur	4,34	3,68	0,66	18,26	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur	4,42	3,66	0,76	24,16	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur	3,40	2,94	0,46	7,49	0,01
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder	4,26	3,24	1,02	34,21	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	4,26	1,96	2,30	157,81	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır	4,47	3,28	1,19	46,62	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur	4,31	2,66	1,65	77,48	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur	4,13	2,40	1,73	107,58	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,26	3,18	1,08		
Hotelling's T Testi F Değeri = 9,390 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Eğitim Dili %30 İngilizce olan Öğrenciler

Eğitim dili %30 İngilizce olan öğrencilerin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.15.'de gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıktığı görölmektedir. Bu testin anlamlı çıkması, test edilen değişkenler olan öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.15.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,26) algılamaların ortalamasından (3,18) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 27'sinde beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu, bir ifade açısından ise anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu ifade; "Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır" şeklindedir. Eğitim dili %30 İngilizce olan öğrencilerin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir. Eğitim dili %30 İngilizce olan öğrencilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Eğitim Dili %30 İngilizce olan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur, olurken,

Eğitim dili %30 İngilizce olan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade ise;

- Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur,
- Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır, olmuştur.

Tablo 3.15. Eğitim dili %30 İngilizce olan Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir	3,75	2,99	0,76	13,91	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür	3,88	2,82	1,06	35,62	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır	4,25	3,62	0,63	13,73	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir	4,12	2,88	1,24	36,60	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur	4,08	2,99	1,10	32,68	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır	4,66	3,18	1,48	55,18	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır	4,65	3,39	1,26	46,77	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır	4,53	3,22	1,31	51,39	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır	4,69	3,39	1,30	65,95	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur	4,35	2,78	1,57	64,92	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir	4,23	2,52	1,70	94,32	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim	4,10	2,52	1,57	87,59	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum	3,82	3,10	0,72	9,08	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır	3,95	2,77	1,18	28,50	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir	4,28	3,57	0,70	13,51	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır	4,04	2,15	1,89	86,64	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir	4,18	2,23	1,95	116,68	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir	4,34	2,87	1,47	58,68	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir	4,89	3,38	1,51	5,65	0,02
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır	4,07	2,95	1,12	35,60	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur	4,14	3,46	0,68	13,76	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur	4,86	3,48	1,38	4,80	0,03
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur	3,19	2,51	0,68	10,76	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder	4,12	2,82	1,30	45,50	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,99	1,48	2,51	189,93	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır	4,30	3,07	1,23	39,45	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur	4,24	2,67	1,57	58,52	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur	4,05	2,46	1,58	80,34	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,21	2,90	1,31		
Hotelling's T Testi F Değeri = 9,419 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Eğitim Dili Türkçe Olan ğrenciler

Eğitim dili Türkçe olan öğrencilerin, ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.16.'da gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıktığı görülmektedir. Bu testin anlamlı çıkması, test edilen değişkenler olan öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.16.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,26) algılamaların ortalamasından (3,18) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, 28 ifadenin 27'sinde beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark olduğu, bir ifade açısından ise anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu ifade; "niversitede alışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır" şeklinde-dir. Eğitim dili Türkçe olan öğrencilerin beklentileriyle algılamaları arasında fark ortaya çıkması ve beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olması, bu grubun beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir. Eğitim dili Türkçe olan öğrencilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Eğitim dili Türkçe olan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki ğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede ğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur, olurken,

Eğitim dili Türkçe olan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade ise;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır,
- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum, olmuştur.

Tablo 3.16. Eğitim dili Türkçe olan Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir	3,73	2,99	0,74	33,31	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür	3,85	3,13	0,72	40,99	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır	4,11	3,75	0,36	12,21	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir	3,90	3,10	0,80	47,54	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur	4,02	3,26	0,76	44,71	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır	4,73	3,27	1,46	162,11	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır	4,74	3,43	1,32	150,00	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır	4,58	3,23	1,35	149,59	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır	4,63	3,28	1,35	156,17	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur	4,15	3,07	1,07	83,46	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir	3,86	2,67	1,19	108,36	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim	3,72	2,76	0,97	73,04	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum	3,55	3,22	0,33	5,53	0,02
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır	3,76	3,05	0,71	30,69	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir	4,14	3,65	0,50	18,55	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır	3,72	2,36	1,36	119,68	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılabilir	4,06	2,84	1,22	102,01	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir	4,37	3,23	1,13	89,75	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir	4,19	3,34	0,86	61,03	0,00
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır	4,08	2,99	1,09	19,15	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur	4,06	3,46	0,61	30,40	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur	4,39	3,46	0,94	14,52	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur	3,09	2,12	0,97	58,68	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder	4,11	2,96	1,15	88,38	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,47	1,71	1,76	166,68	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır	4,28	3,38	0,91	58,02	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur	4,14	2,88	1,26	98,41	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur	4,02	2,62	1,40	143,69	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,05	3,04	1,01		
Hotelling's T Testi F Değeri = 15,603 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

3.3.4.5. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Karabük Üniversitesi'ne Gelmeden Önce Yabancı Dil Hazırlık Eğitimini Alıp-Almama Durumu İtibariyle Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılanlar eğitim öncesi hazırlık eğitimi alma durumu itibariyle incelendiğinde eğitim öncesi hazırlık eğitimi alan öğrencilerin 203 kişi, eğitim öncesi hazırlık eğitimi almayan öğrencilerin de 310 kişi olduğu görülmektedir.

Araştırmaya Katılan Öğrencilerden Karabük Üniversitesine Gelmeden Önce Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi Alanlar

Bu gruptaki, öğrencilerin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve anlamlı çıkan Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.17.'da gösterilmektedir.

Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıkması, öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.17.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,16) algılamaların ortalamasından (3,12) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, tüm ifadelerde beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark vardır. Bu gruptaki öğrencilerin beklentilerinin algılamalarından daha yüksek olmasından dolayı, bu gruptaki öğrencilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce hazırlık eğitimi alan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır, olurken,

Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce hazırlık eğitimi alan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade ise;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum,
- Üniversitenin kampüsü temiz ve bakımlıdır, olmuştur.

Tablo 3.17. Karabük Üniversitesi'ne Gelmeden Önce Yabancı Dil Hazırlık Hazırlık Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir	3,78	3,04	0,74	25,73	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür	3,97	3,20	0,77	35,58	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır	4,31	3,85	0,46	15,81	0,00
4	Üniversitesi' nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir	4,01	3,24	0,77	31,50	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur	4,12	3,27	0,85	43,94	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır	4,74	3,44	1,30	99,67	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır	4,75	3,55	1,20	91,70	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır	4,58	3,29	1,29	105,99	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır	4,63	3,44	1,19	98,72	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur	4,22	3,05	1,18	70,98	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir	3,96	2,72	1,24	83,77	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim	3,89	2,71	1,18	89,12	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum	3,74	3,27	0,47	8,46	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır	4,05	3,10	0,95	41,91	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir	4,22	3,66	0,56	17,78	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır	4,05	2,56	1,49	117,07	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir	4,33	2,85	1,47	124,08	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir	4,44	3,35	1,10	74,42	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir	4,28	3,43	0,84	49,08	0,00
20	Üniversitede öğretim elemanlarına ders dışında kolaylıkla ulaşılır	4,18	3,07	1,11	11,06	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur	4,08	3,47	0,61	23,50	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur	4,20	3,54	0,66	26,33	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur	3,28	2,49	0,79	31,02	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder	4,16	3,05	1,11	65,58	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,80	1,82	1,98	163,45	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır	4,31	3,46	0,85	39,91	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur	4,36	2,93	1,42	104,12	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur	4,14	2,58	1,56	152,77	0,00
GENEL ORTALAMALAR		4,16	3,12	1,04		
Hotelling's T Testi F Değeri = 12,120 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmaya Katılan Öğrencilerden Karabük Üniversitesine Gelmeden Önce Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi Almayanlar

Karabük Üniversitesine gelmeden önce hazırlık eğitimi almayan öğrencilerin ifadelerle ilgili beklenti ve algılama cevapları karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanmıştır. MANOVA analizi ve anlamlı çıkan Hotelling's T testi sonucu Tablo 3.18.'de gösterilmektedir.

Tabloda Hotelling's T testi sonucunun anlamlı çıkması öğrencilerin beklenti ve algılamalarının bir bütün olarak birbirinden farklı olduğu yönünde yorumlanabilir. Tablo 3.18.'de verilen bilgilere göre beklentilerin ortalaması (4,11) algılamaların ortalamasından (2,99) yüksek çıkmıştır. Yine tablodaki anlamlılık düzeylerinden de anlaşıldığı üzere, tüm ifadelerde beklenti ve algılamalar arasında anlamlı bir fark vardır. Gelmeden önce hazırlık eğitimi almayan öğrencilerin beklenti ortalamalarının algılama ortalamalarından daha yüksek olmasından dolayı, KBÜ'ye gelmeden önce hazırlık eğitimi almayan öğrencilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce hazırlık eğitimi almayan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en fazla fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır,
- Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır, olurken,

Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce hazırlık eğitimi almayan öğrencilerin beklentileriyle algılama ortalamaları arasında en az fark çıkan üç ifade;

- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum,
- Üniversitenin temiz ve bakımlıdır, olmuştur.

Tablo 3.18. Karabük Üniversitesi'ne Gelmeden Önce Hazırlık Eğitimi Almayan Öğrencilerin Beklentileriyle Algılamalarının Karşılaştırılması

	İfadeler	Ortalamalar*		Fark	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
		Beklenti	Algılama			
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir	3,72	2,99	0,74	36,83	0,00
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür	3,75	2,90	0,85	58,84	0,00
3	Üniversitenin temiz ve bakımlıdır	3,94	3,62	0,32	21,86	0,00
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıflarının ders yapmaya elverişlidir	4,09	3,02	1,07	63,11	0,00
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur	4,06	3,20	0,86	56,49	0,00
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır	4,71	3,24	1,47	179,64	0,00
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır	4,74	3,31	1,43	196,87	0,00
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır	4,60	3,23	1,37	172,93	0,00
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır	4,68	3,31	1,37	194,01	0,00
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur	4,25	3,02	1,23	121,90	0,00
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir	4,05	2,63	1,43	184,98	0,00
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim	3,83	2,71	1,12	112,83	0,00
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum	3,63	3,13	0,50	12,39	0,00
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır	3,72	2,84	0,88	48,39	0,00
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir	4,24	3,68	0,56	26,59	0,00
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır	3,87	2,38	1,50	157,66	0,00
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılabilir	4,07	2,70	1,37	134,74	0,00
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir	4,38	3,07	1,31	126,60	0,00
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir	4,50	3,43	1,07	22,41	0,00
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılr	4,06	3,06	1,00	81,82	0,00
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur	4,19	3,52	0,67	41,85	0,00
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur	4,69	3,48	1,21	15,98	0,00
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur	3,13	2,32	0,81	45,04	0,00
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder	4,14	2,96	1,18	103,50	0,00
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez	3,73	1,66	2,07	284,27	0,00
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır	4,34	3,19	1,15	101,12	0,00
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur	4,09	2,68	1,41	131,35	0,00
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur	3,99	2,50	1,49	175,62	0,00
	GENEL ORTALAMALAR	4,11	2,99	1,12		
Hotelling's T Testi F Değeri = 21,636 Serbestlik Derecesi = 28 Anlamlılık Düzeyi = 0,000						

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

3.3.4.6. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik ve Eğitim Durumu Bilgileri İtibariyle Hizmet Kalitesi Değerleri (Skorları)

SERVQUAL mantığında hizmet kalitesi değerlendirmesi tüketicilerin “beklenti ve algı” ifade çiftlerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır. (Çakmak, 2013: 283).

Her bir tüketici için kullanılan formül (Saat, 1999: 115):

“SERVQUAL Skoru = Algı Skoru-Beklenti Skoru”

Toplam hizmet kalitesi skorunu elde etmek için de 5 boyut için hesaplanan skorlar toplanıp 5'e bölünür. Sonuçta bulunan ağırlıklandırılmamış SERVQUAL skorudur. Tüketicilerin kalite boyutlarına verdikleri önem derecesi dikkate alınmış değildir. Ağırlıklandırılmış skoru elde etmek için (Saat, 1999: 115);

- Her bir tüketici için beş boyutun birer birer ortalama SERVQUAL skoru hesaplanır.
- Her bir tüketici için her bir boyuta verdiği SERVQUAL skoru ile o tüketicinin o boyuta verdiği önem ağırlığı çarpılır,
- Her bir tüketici için 5 boyutun toplamı üzerinden ağırlıklandırılmış SERVQUAL skorları toplanır,
- N tüketicinin üçüncü adımda elde edilen skorları toplanır ve N' e bölünür.

Bu hesaplamalardan da görüldüğü gibi SERVQUAL yöntemi kullanılarak elde edilen veriler, her cümle çifti, her boyut ya da tüm boyutlar için farklı ayrıntı düzeyinde hizmet-kalite farkını hesaplamak için kullanılabilir. Bir işletme çeşitli fark puanlarını hesaplayarak müşterilerin algıladığı genel hizmet kalitesini ölçmekle kalmaz, aynı zamanda kaliteyi iyileştirme çabalarında temel alacağı önemli boyutları ve bu boyutların çeşitli yönlerini belirleyebilir (Saat, 1999: 115).

Karabük Üniversitesi'nden yabancı dil eğitim hizmeti alan öğrencilerin beklentileriyle algılamaları karşılaştırıldığında ortaya çıkan hizmet kalitesi değerleri Tablo 3.19.'da verilmektedir.

Tablo 3.19. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik ve Eğitim Durumu Bilgileri İtibariyle Hizmet Kalitesi Değerleri

Öğrenci Grupları	Beklentilerin Ortalama Değeri*	Algılamaların Ortalama Değeri*	Hizmet Kalitesi Değeri
Kız Öğrenciler	4,16	3,14	-1,02
Erkek Öğrenciler	4,11	2,95	-1,16
I. öğretim Öğrencileri	4,09	3,13	-0,96
II. Öğretim Öğrencileri	4,23	2,87	-1,36
Lisans Öğrencileri	4,15	3,05	-1,10
Eğitim Dili Türkçe Olan Öğrenciler	4,05	3,04	-1,01
Eğitim Dili %30 İngilizce Olan Öğrenciler	4,21	2,90	-1,31
Eğitim Dili %100 İngilizce Olan Öğrenciler	4,26	3,18	-1,08
KBÜ'e Gelmeden Önce Hazırlık Eğitimi Alan Öğrenciler	4,16	3,12	-1,04
KBÜ'e Gelmeden Önce Hazırlık Eğitimi Almayan Öğrenciler	4,11	2,99	-1,12
Genel Ortalama	4,16	3,04	-1,10

* 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Tablodaki değerlere bakıldığında hiçbir öğrenci grubunun beklentilerinin karşılanmadığı görülmektedir. Hizmet kalitesi değeri en düşük (**-1,36**) olan yani beklentileri en az karşılanan grubun İkinci öğretim öğrencileri olduğu anlaşılmaktadır. Beklenti algılama arasındaki açıklığın en az olduğu başka bir ifade ile hizmet kalitesi değerinin en yüksek (**-0,96**) olduğu grup, bütün bölümlerde I. öğretimde eğitim gören öğrenciler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu öğrenci grubu aynı zamanda diğer gruplara göre beklentileri en fazla karşılanan yani tatmin düzeyi en yüksek olan grup olmaktadır. I. öğretim öğrencilerinin tatmin düzeyleri ile II. öğretim öğrencilerinin tatmin düzeyleri arasında yüksek oranda bir fark oluştuğu görülmektedir.

Tabloya göre kız öğrenciler (**-1,02**) erkek öğrencilerden (**-1,16**) daha fazla tatmin olmuş görünmektedir. Eğitim dili durumuna göre en fazla tatmin olan grup %100 İngilizce eğitim grubu (**-1,08**) olurken, en az tatmin olan grup ise %30 İngilizce grubu (**-1,31**) olmuştur. Beklentileri birbirine yakın (%30 İngilizce grubu, **4,21** / %100 İngilizce grubu, **4,26**) olan iki grup algılama değerlerinin farklı olmasıyla ayrılmakta ve tatmin düzeylerinde yüksek bir fark oluşmaktadır. Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce yabancı dil hazırlık eğitimi alan grupla (**-1,04**) yabancı dil hazırlık eğitimi almayan grup (**-1,12**) arasında da yüksek olmamakla beraber tatmin düzeyi açısından yabancı dil hazırlık eğitimi alan grup lehine bir fark oluştuğu görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada öncelikle teorik kısımda; hizmet, hizmet pazarlaması, hizmet kalitesi, eğitim hizmetleri ve yabancı dil hazırlık eğitiminde pazarlama, kalite ve kalite ölçümü ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır. Araştırma kısmında ise anlatılan teorik bilgilerin ışığında hazırlanan sorularla yabancı dil hazırlık eğitimi uygulayan Karabük Üniversitesi'nin hazırlık sınıfı öğrencilerinin Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili beklentileri ve algılamaları ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya ilişkin sonuçlar aşağıda sıralanmaktadır:

- Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında kız öğrencilerin çoğunlukta olduğu ancak aradaki farkın çok yüksek olmadığı görülmektedir. Demografik özelliklerden yaşlara bakılacak olursa öğrencilerin 17 ila 23 yaş arasında oldukları ve 19, 20, 21 yaş gruplarında toplandıkları görülmektedir. Öğrencilerin eğitim düzeylerine bakıldığında büyük çoğunluğunun lisans öğrencisi olduğu görülmektedir. Ön lisans öğrencileri ise 30 kişi ile araştırmaya katılanlar arasında azınlığı oluşturmaktadırlar.
- Araştırmaya katılan öğrencilere Karabük Üniversitesi'nden aldıkları yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili memnuniyet düzeyleri sorulmuştur. Bu soruya öğrencilerin verdiği cevapların ortalaması "memnun değilim" ile "kararsızım" arasında çıkmıştır. Öğrenciler Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi almaktan tatmin olmadıklarını belirtmektedir.
- Araştırmada, Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık sınıfı öğrencilerine teorik kısımdaki bilgilerin ışığında hazırlanan 28 beklenti ve algılama ifadesi sorulmaktadır. Öğrencilerin beklentileriyle algılamaları karşılaştırılıp Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi almaktan tatmin olup olmadıkları ölçülmeye çalışılmaktadır. Öğrencilerin 28 ifadeye verdikleri cevaplar karşılaştırıldığında beklenti ifadelerinin ortalama değerinin (4,16) algılama ifadelerinin ortalama değerinden (3,04) yüksek çıktığı görülmektedir. Öğrencileri herhangi bir demografik özelliklerine göre sınıflandırmadan, genel olarak yapılan bu karşılaştırma sonucu öğrencilerin mükemmel bir üniversiteden yabancı dil hazırlık eğitimi alma konusundaki beklentilerinin, Karabük Üniversitesi'nde verilen yabancı dil hazırlık eğitimi ile karşılanamadığı sonucu çıkmaktadır. Öğrencilerin mükemmel bir üniversiteden bekledikleri en yüksek değere sahip beş ifade şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olması,
- Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olması,
- Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olması,
- Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olması,
- Üniversitede yabancı dil öğretim elemanlarının yabancı dili akıcı konuşuyor olması.

Öğrencilerin Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili cevapladıkları en yüksek değere sahip 5 algılama ifadesi şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversitenin temiz ve bakımlı olması,
 - Üniversitede derslerin dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenmesi,
 - Üniversitede yabancı dil öğretim elemanlarının yabancı dili akıcı konuşuyor olması,
 - Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdikleri örneklerin güncel olması,
 - Üniversitede öğretim elemanlarının konularında uzman ve bilgili olması.
- Araştırmada Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi alan öğrencilerinin, sistemden beklentileriyle öğrencisi oldukları Karabük Üniversitesi'nin uygulamalarından sonraki algılamaları karşılaştırılmaktadır. Araştırmanın modelinde de bahsedildiği üzere, karşılaştırma sonucunda beklenti ve algılama arasındaki farkla, araştırmaya konu olan öğrencilerin Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitiminden tatmin oldukları veya olmadıkları sonucuna varılmaya çalışılmaktadır. Algının beklentiye eşit ve beklentiden yüksek çıkması durumunda tatminin yüksek olduğu, beklentinin algıdan yüksek çıkması durumunda ise tatminin düşük olduğu sonucu elde edilmeye çalışılmaktadır.
 - Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi alan öğrencilerin 28 ifade bazında beklenti ve algılama cevapları karşılaştırıldığında hiçbir ifadede ortalama algılama değeri ortalama beklenti değerinden yüksek çıkmamıştır. Beklenti

değerleriyle algılama değerleri arasında sayısal olarak ortaya çıkan farka bakıldığında en yüksek fark çıkan yani tatmin düzeyi en az ifadeler şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez,
- Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulması,
- Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır,
- Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur,
- Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılabiliriz,
- Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretilir,
- Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.

Öğrenciler, Karabük Üniversitesi'nde;

- Yabancı dil hazırlık sınıflarının çok kalabalık olduğu,
- Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersiz olduğu,
- Yabancı dil hazırlık eğitiminin yabancı dil hedeflerine ulaşmada yetersiz olduğu,
- Fizikî ve sosyal alanların yetersiz olduğu,
- Öğrencilerin katılabileceği yabancı dil aktivitelerinin yetersiz olduğu,
- Öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretilmediği,
- Kütüphanenin yetersiz olduğu.

Konularında, daha fazla çaba beklemektedir. Öğrenciler, üniversitelerinden öncelikle yabancı dil eğitimlerinde başarıya ulaşmak için destek isterken eğitim konusu dışında kalan alanlarda da destek beklemektedir. Beklenti değerleriyle algılama değerleri arasında sayısal olarak ortaya çıkan farka bakıldığında en az fark çıkan yani tatmin düzeyi en fazla olan ifadeler şu şekilde sıralanabilir:

- Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum,
- Üniversite temiz ve bakımlıdır,
- Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir,
- Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur,

- Üniversitenin adı tercihimde önemlidir,
 - Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur,
 - Üniversitenin kampüsü modern görünümüdür.
- Araştırmaya katılan öğrenciler, en çok Karabük Üniversitesi'nin temiz ve bakımlı olmasından memnun olmaktadır. Öğrencilere göre Karabük Üniversitesi'nin kampüsünün mükemmel bir üniversiteden beklenilene çok yakın bir oranda temiz ve bakımlı olduğu söylenebilir. Öğrenciler derslerin dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlendiğini düşünmektedir. Öğrencilere göre Karabük Üniversitesi'nin öğretim kadrosu yabancı dil eğitiminde güncel örnekler kullanmaktadır. Öğrenciler Karabük Üniversitesi'nin adının genel olarak tercihlerinde önemli olduğunu söylemektedir. Öğrenciler üniversitede öğretim elemanlarının yabancı olması konusunda da beklentilerine yaklaşık bir durumun gerçekleştiğini ifade etmişlerdir. Ancak beklenti ve algılamalar incelendiğinde bu konuda beklentilerin düşük olmasının da aradaki farkın az olmasında etkili olduğu söylenebilir.
 - Araştırmada elde edilen bulgulardan bir bölümü de öğrencilerin demografik özellikleri dikkate alınarak beklenti ve algılamalarının karşılaştırılmasıdır. Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunu kız öğrenciler oluşturmakla beraber erkek öğrencilerle aralarında sayıca çok büyük fark yoktur. Kız öğrencilerin beklenti cevaplarıyla algılama cevapları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmaktadır. Bu sonuca göre kız öğrencilerin beklentilerinin karşılanmadığı ve dolayısıyla tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir. Kız öğrencilerin yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili tatmin düzeylerinin düşük olduğu konular daha çok;
 - Sınıfların kalabalık olması,
 - Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersiz olması,
 - Yabancı dil hedefine ulaşamaması ile ilgilidir.

Kız öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,02) erkek öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farktan (1,16) %12 daha düşük olmasından dolayı kız öğrencilerin memnuniyetinin daha fazla olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin hemen hemen tamamı (483 kişi) lisans öğrencisi olup önlisans öğrencisi (30 kişi) ile sınırlı kalmıştır. Bu nedenle önlisans

öğrencilerinin cevaplarına çok değişkenli varyans analizi MANOVA uygulanamamıştır. Lisans öğrencilerin öğrencilerin beklenti cevaplarıyla algılama cevapları arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmaktadır. Bu sonuca göre öğrencilerin beklentilerinin karşılanmadığı ve dolayısıyla tatmin düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir. Lisans öğrencilerinin, yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili tatmin düzeylerinin düşük olduğu konular;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Hedeflenen dil seviyesine ulaşamama,
- Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersizliği ile ilgili konular, olmuştur.

Araştırmaya katılan öğrenciler, eğitim şekilleri açısından I. öğretim ve II. öğretim grubu olarak iki gruba ayrılmaktadır. Her iki gruptaki öğrencilerin beklentilerinin karşılanmadığı ifade edilebilmektedir. Bu sonuca göre I. öğretim ve II. öğretimdeki öğrencilerin tatmin seviyesinin düşük olduğu söylenebilir. I. öğretim grubunda tatmin olunmayan konular daha çok;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Hedeflenen dil seviyesine ulaşamama,
- Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersizliği ile ilgili konular olurken,

II. Öğretim öğrenci grubunda ise tatmin olunmayan konular daha çok;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Fiziki ve sosyal alanların yetersiz olması,
- Yabancı dille ilgili aktivitelerin yetersizliği, yabancı dil hedefine ulaşamaması ile ilgili konulardır.

Önemli bir husus da II. öğretim öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,36) I. öğretim öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farktan (0,96) daha yüksek olmasından dolayı I. öğretim öğrencilerin memnuniyetinin II. öğretime göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Eğitim dili yüzde oranı açısından öğrenciler Türkçe, %30 İngilizce ve %100 İngilizce olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Her üç gruptaki öğrencilerin de beklenti ve algılama cevapları arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Her üç gruptaki öğrencilerin de beklentilerinin karşılanmadığı ifade edilebilmektedir. Bu sonuca göre üç gruptaki öğrencilerin de tatmin düzeyinin düşük olduğu söylenebilir. Eğitim dili %100 İngilizce olan grupta tatmin olunmayan konular daha çok;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersizliği,
- Fiziki ve sosyal alanların yetersizliği ile ilgili konulardır.

Eğitim dili %30 İngilizce olan grupta ise tatmin olunmayan konular daha çok;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Yabancı dille ilgili aktivitelerin yetersizliği,
- Yabancı dil hedefine ulaşılamaması ile ilgili konulardır.

Eğitim dili Türkçe olan grupta tatmin olunmayan konular;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Hedeflenen dil seviyesine ulaşılamaması,
- İnternet bağlantısının yetersizliği,
- Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersizliği ile ilgili konulardır.

Analiz sonucunda eğitim dili Türkçe olan grupta öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,01), %30 İngilizce olan grupta öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,36), %100 İngilizce olan grupta ise öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,08) olduğu görülmektedir.

Genel olarak üç grubun da tatmin düzeyleri düşük olmakla beraber kendi aralarında belirgin farkların oluşması da dikkat çeken bir durumdur. Eğitim dili Türkçe olan grup, öğrencilerin beklentisinin (4,05) en az olduğu gruptur. %30 İngilizce olan grupta öğrencilerin beklentisi (4,21) olarak gerçekleşmiştir. %100 İngilizce olan grup, öğrencilerin beklentisinin en fazla olduğu (4,26) gruptur. %100 grubu ile %30 grubunun beklentileri hemen hemen aynı olmakla beraber %30 grubunun algılamasının düşük olması (2,90) nedeni ile memnuniyet düzeyi diğer iki gruba göre çok daha düşük çıkmaktadır. Araştırmaya katılan öğrenciler arasında en az memnun olanların %30 grubu olduğu söylenebilir. Bu nedenle %30 grubunun beklentilerinin karşılanması konusunda daha fazla destek verilmesi gerektiği söylenebilir.

Karabük Üniversitesi'ne gelmeden yabancı dil hazırlık alıp almama açısından öğrenciler hazırlık alanlar ve hazırlık almayanlar olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Her iki gruptaki öğrencilerin beklenti ve algılama cevapları arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Her iki gruptaki öğrencilerin

beklentilerinin karşılanmadığı ifade edilebilmektedir. Bu sonuca göre iki gruptaki öğrencilerin tatmin seviyesinin düşük olduğu söylenebilir. Hazırlık alanlar grubunda tatmin olunmayan konular daha çok;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığının yetersizliği,
- Hedeflenen dil seviyesine ulaşamaması ile ilgili konulardır.

Hazırlık almayan öğrenci grubunda ise tatmin olunmayan konular;

- Sınıfların kalabalık olması,
- Yabancı dil hedefine ulaşamaması,
- Fiziki ve sosyal alanların yetersizliği ile ilgili konulardır.

Hazırlık almayan öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,12), hazırlık alan öğrencilerin beklenti ve algılamaları arasındaki farkın (1,04), çok da yüksek olmamasından dolayı hazırlık almış olmanın ya da hazırlık almamış olmanın yabancı dil hazırlık eğitimi konusunda beklenti ve algılamaları pek de etkilemediği söylenebilir. Bu sonuçlar dikkate alındığında, Karabük Üniversitesi'nde yabancı dil hazırlık eğitimi alanların genel olarak memnun olmadıkları ifade edilebilir.

Öğrencilerin farklı özelliklerine bağlı olarak tatmin düzeylerinin de değiştiği ortaya konmuştur. Karabük Üniversitesi, yabancı dil hazırlık birimi; sınıfların kalabalık olması, sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığı, yabancı dil hedeflerine ulaşma, fizikî ve sosyal alanların yeterliliği, yabancı dil ile ilgili aktiviteler, öğrencilerin sorunlarına kısa zamanda çözüm üretilmesi gibi konularda kendini geliştirmelidir.

Kuruluş tarihi itibarıyla yeni olduğu ifade edilebilen Karabük Üniversitesi'nin belirtilen konulardaki eksiklerine rağmen öğrencilerinin genel olarak üniversite ile ilgili memnuniyet sorularına verdikleri cevapların ortalamasının “memnunum” düzeyine yakın çıkması Karabük Üniversitesi'nin doğru yolda ilerlediği anlamında değerlendirilebilir.

KAYNAKLAR

- Agan, Ş. İ. (2004). **Öğretim Teknolojileri Ve Materyal Destekli Yabancı Dil (İngilizce) Öğretiminin, İlköğretim Okul Öncesi Eğitimi Anasınıfı Öğrencilerinin Öğrenme Ve Hatırlama Düzeyleri Üzerindeki Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ardıç, K. ve Güler A. (2000). Reklamlarda Vurgulanan Ürün ve Hizmet Kalite Boyutlarının Belirlenmesi ve Bir Uygulama, *Pazarlama Dünyası*, 14(4): 20.
- Aslantekin, F., Göktaş, B., Uluşen, M., Erdem, R. (2005). Sağlık Hizmetlerinde Kalite Deneyimi: Dr. Ekrem Hayri Üstündağ Kadın Hastalıkları Ve Doğum Hastanesi Örneği. *Elazığ: Fırat Üniversitesi Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(6): 57
- Atılğan, Eda., Akinci Serkan., ve Aksoy, Safak. (2003). Mapping Service Quality in the Tourism Industry, *Managing Service Quality*, 13(5): 412-422.
- Atılğan, Eda. (2001). **Hizmet Kalitesi Yönetimi ve Seyahat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Augustyn, M., Ho, S.K. (1998). Service Quality And Tourism. *Journal Of Travel Research*, 37(1): 71-76.
- Aydın, K. ve Yıldırım, S. (2012). Hizmet Sektöründe Servperf Ölçeği Ile Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi (Sağlık Hizmetleri Sektöründe Bir Uygulama), *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 35.
- Baker, David, A. ve Fesenmaier, D.R. (1997). Effects of Service Climate on Manegersand Employees' Rating of Visitors Service Quality Expectations, *Journal of Travel Travel Research*, 36(1): 15-23
- Bebko, C. (2000). Service Intangibility And Its Impact On Cunsumer Expectations Of Service Quality, *Journal Of Servives Marketing*, 14(1): 18-26
- Biçici, F., Hançer, M. (2008). Kuşadası Ve Didim' Deki Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Sunulan Hizmetlerle İlgili Beklentileri Ve Bu Hizmetlerin Kalite Ölçümü, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(3): 52.

- Bigne, E., Moliner, M. ve Sanchez, J. (2003). Perceived Quality and Satisfaction in Multiservice Organisations: The Case of Spanish Public Services, *Journal of Services Marketing*, 17(4): 422-423.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*. 54(2): 69-82.
- Bitner, M., Booms J., Bernard H. ve Mohr, L. A. (1994). "Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint", *Journal of Marketing*, 58(4): 95-106.
- Bolton, Ruth N. ve J. Drew. (1991). A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes. *Journal of Marketing*, (55): 1-9
- Brown, S. ve Bond, E.U.. (1995). The Internal and External Framework and Service Quality: Toward Theory in Services Marketing. *Journal Of Marketing Management*, (23): 25-39.
- Carman, James M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, 66(1): 33-55.
- Cengiz, E., Kırkibir, F (2007). Kâr Amacı Gütmeyen Kurumlarda Müşteri Memnuniyeti Ve Hizmet Kalitesi İlişkisi: Karadeniz Bölgesi Örneği, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1): 264
- Cengiz. E. (2000). Üniversite Eğitimi Hizmetlerinde Algılanan Hizmet Kalitesine Göre Pazar Bölümlendirme: Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği, Kocaeli: *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (16) 2008 / 2: 48-67.
- Chung-Herrera, Beth G., Goldschmidt, Nadav ve Hoffman, K. Doug (2004), "Customer and Employee Views of Critical Service Incidents", *Journal of Service Marketing*, 18(49): 241-254.
- Chwo, Y., Lei Y. ve Chiou Y. (2005). Perceived Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: the Case of Lexus in Taiwan. *Total Quality Management* 16(6): 718
- Cronin J. Joseph Jr. and Taylor Steven A. (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extention", *Journal of Marketing*, (56): 55-68.

- Cronin, J. J. ve S. A. Taylor. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-minus-Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, 56 (3): 55-68.
- Çakmak, A. Ç. (2013). Uzaktan Eğitim Hizmetinin Öğrenciler Tarafından Değerlendirilmesi: Karabük Üniversitesinde Bir Uygulama, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(23): 263-287.
- Çelebi, M. D. (2006). Türkiye’de Anadili Eğitimi Ve Yabancı Dil Öğretimi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı : 21(2)*: 285-307
- Çelik, H. (2011). Alışveriş Merkezlerinde Hizmet Kalitesi Algısı Ve Bir Araştırma, Isparta : *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3): 433-448
- Çerekçi, S., 1998. **Ankara Gazinosundaki Kullanıcıların GATA Hastanesinden Beklentileri Analizi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, GATA., Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Hizmetleri Yönetimi Bilim Dalı, Ankara.
- Çiçek, R. ve Doğan, İ. C. (2009). Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(1): 199-217.
- Çiftçi, G. (2008). **Belediyelerde Hizmet Pazarlaması ve Üniversite Öğrencilerinin Eğitim Hizmetlerine Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma**, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Dergisi, s.1, Konya.
- Dabholkar, Pratibha A., Dayle I. Thorpe and Joseph O. Rentz (1996), “A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 248(1): 3-16.
- Davras, G. M., (2012). Bulgan, G. Meslek Yüksekokulu (MYO) Öğrencilerinin İngilizce Hazırlık Eğitimine Yönelik Tutumları: Isparta Myo Turizm ve Otel İşletmeciliği Örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2): 227 - 238
- Dögerlioğlu, Özgür. (1999). Müşteri Memnuniyeti Yaratmada Etkili Olan Hizmet Kalitesi Boyutları, *İktisat, İşletme, Finans Dergisi*, (14): 163

Dubrovski, D. (2001). The Role of Customer Satisfaction in Achieving Business Excellence. *Total Quality Management*, 12(7-8): 924

Duygun, A. (2007). **Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü - Bir Pilot Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı.

Eleren, A., Görmüş, ř. (2007). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(514): 182

Eleren, A. ve Kılıç. B. (2007), “Turizm Sektöründe SERVQUAL Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(1): 235-263.

Els, T. V. (1983). The determination of foreign language teaching needs, *European Journal of Education*, 11(8): 2.

Erdem, ř. (2007). **Sağlık Hizmetleri Pazarlaması: Hastaların Sunulan Hizmetlerinin Kalitesini Algılamaları Üzerine Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eroğlu, E. (2000). Eğitimde Algılanan Hizmet Kalitesi, *Kurgu Dergisi*, 8(17): 199-209.

Fidan, Y. (1996). Hizmet İşletmelerinde Kullanılabilecek Sürekli Geliştirme Stratejilerine Genel Bir Bakış, *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(1): 100-124.

Fındıklı, S. (2010). **Yabancı Dil Eğitiminde Kalite ve Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bir Uygulama**, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Genç, G. (2004). İnönü Üniversitesi Öğrencilerinin İngilizce Derslerine İlişkin Tutumları, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, 6-9 Temmuz 2004, İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya.

Ghobadian, A., Speller, S., ve Jones, M. (1994). Service Quality Concepts and Models, International, *Journal of Quality & Reliability Management*, 11(9): 43-66.

Güzel G, N. (2006). **Yüksek Öğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi**, Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bilim Dalı.

Göktaş K. F. Z. (2009). **Toplam Kalite Yönetimi Anlayışının Uygulanmasını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Yerel Yönetime Bağlı Eğitim Hizmetlerinde Araştırma**, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı.

Grönroos, C. (1998). Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality, *Review of Business*, (12): 12

Grönroos. C. (1990). *Service Management and Marketing Managing The Moments Of Thruth in Service Marketing*. Toronto: Lexington Boks.

Güneş, B. (2009). **1945-1980 Arası Türkiye’de İngilizce Eğitimi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı.

Güney, S.Y. (2010). **Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanması ve Nevşehir’deki Özel Okullarda Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürbüz, E., Ergülen, A. (2006) Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Grönroos model I Üzerine Bir Arastirma, İstanbul: *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* (35): 174.

Hartog, Deanne N. D. ve Verbug, Robert M. (2002), “Service Excellence from The Employees’ Point of View: The Role of First Line Supervisors”, *Managing Service Quality*, 11(3): 159-164.

Ho, T., Zheng Y.S. (2004). Setting Customer Expectation In Servicedelivery: An Integrated Marketing-Operations Perspective. *Management Science*, 50(4): 479-488

Hoffman, K. Douglas, Kelley, Scott W. ve Rotalsky, Holly M. (1995), “Tracking Service Failures and Employee Recovery Efforts”, *Journal of Services Marketing*, 9 (2): 49-61.

Hussein, A., T., Temizkan, S., P. ve Temizkan, R. (2008). Turizm alanında öğretmenlik eğitimi veren lisans programlarında yabancı dil eğitimi: akademisyen ve öğrencilerin

değerlendirmeleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 106-107.

Işık, A., Altmışdört, G. Yabancı Dil Öğretiminde Malzeme Değerlendirme, *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(1): 221-238

İslamoğlu ve Diğerleri, (2006). *Hizmet Pazarlaması*, İstanbul: Beta Yayınları.

Johnson, C., Mathews, B. P. (1997). The Influence Of Experience On Service Expectations, *International Journal Of Service Industry Management*, 8(4): 290-293

Kandampully, J. (1998), Service Quality To Service Loyalty, *Total Quality Management*, 9(6): 431-443.

Karahan, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*, İstanbul: Beta Yayınları.

Karakuş, G. (2010). **Öğretmenlerin Yabancı Dil Eğitiminin Gerekliliğine İlişkin Görüşleri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı.

Karatepe, O. (1997). *Bir Hizmet Kalitesi Modeli Yardımıyla Hizmet Kalitesi Oluşumuna Yönelik Kavramsal Bir İnceleme*, Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2): 85-111.

Kemahlı, M. U. (2006). **Finansal Hizmet Pazarlaması, Türev Araçlar, “Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası A.Ş. Örneği**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı.

Kettinger, W. ve Lee, C.C.. (1997). Pragmatic Perspectives on the Measurement of Information Systems Service Quality, *MIS Quarterly*, 21(2): 223-241.

Kutlu, H. A. (2007). Kaliteyi Algılamadaki Farklılıklar Üzerine Kafkas Üniversitesi Öğrencileri Arasında Bir Araştırma, *İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (1): 16

Lee, H., Lee, Y. ve You, D. (2000). The Determinants of Perceived Quality and Its Relationship with Satisfaction, *The Journal of Services Marketing*. 14(2-3): 217-218.

Luk, S. (1997). An Examination of the Role of Marketing Culture in Service Quality, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(1): 13-20.

- Masoud, H. ve Strong, K.C. (1994). Measuring Service Quality for Strategic Planning and Analysis in Service Firms, *Journal of Applied Business Research*, 10(4): 24-35.
- Mehta, S. C., Lalwani, A. K. ve Han, S. L. (2000), "Service Quality in Retailing: Relative Efficiency of Alternative Measurement Scales for Different Product-Service Environment", *International Journal of Retail&Distribution Management*, 28(2): 62-72.
- Mohammad, G.T. (2007). **Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetimi, SERVQUAL Analizile Değerlendirilmesi ve Ankara Ulus Devlet Hastanesinde Uygulama.** Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Hastane İşletmeciliği Bilim Dalı.
- Naumann, E. ve Jackson D. (1999). One More Time How Do You Satisfy Customers? *Business Horizons*, (1): 5-6
- Nwankwo, S. (1995). Developing A Customer Orientation. *Journal of Consumer Marketing*, 12(5): 13.
- Oliver, R. ve Rust R. (2000). Should We Delight The Customer?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1): 86
- Özdemir, O. (2003). Tarihsel gelişme sürecinde egemenlik ilişkileri ve dil, *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (24): 17-22.
- Özdemir, E. A. (2006). Türkiye’de İngilizce Öğreniminin Yaygınlaşmasının Nedenleri, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1): 28-35.
- Özgen, V. (2011). Eğitim Hizmetlerinde Yerelleşme ve Hizmet Kalitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Özgüven, N. (2007). **Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyet ve Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı.
- Özgüven, N. (2008). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama, *Ege Akademik Bakış/Ege Academic Review*, 8(2): 651-682.
- Özpınar, Ş., Demir, Ö. ve Keskin, S. (2011). Türkiye’de İstihdamın Yapısının Değerlendirilmesi (2000-2010), Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF Sosyal ve

Beşeri Bilimler Dergisi, 3(2):138, 2011 Issn: 1309-8012 (Online).

Öztürk, S. A. (2003). *Hizmet Pazarlaması*, İstanbul: Ekin Kitapevi.

Papatya, G., Papatya, N. ve Hamşioğlu, A. B. (2012). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Hasta Memnuniyeti: İki Özel Hastanede Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Kırıkkale Ünv Sosyal Bilimler Enstütüsü Dergisi*, Ocak 2(1): 89.

Parasuraman A., Zeithaml V. A. ve Berry L. L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, (49): 41-50

Parasuraman, A., Zeithaml V. A. ve Berry, L. L. (1988a). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (1): 12-43.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A. ve Berry, L. L. (1988b). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(6): 36.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A. ve Berry, L. L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 20-32.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A. ve Berry, L. L. (1991), “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale”, *Journal of Retailing*, (64): 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A. ve Berry, L. L. (1994b), Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, (58): 111-124

Pizam, A., Ellis T. (1999). Customer Satisfaction And Its Measurement In Hospitality Enterprises, *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 11(7): 326

Saat, M. (1999). Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak SERVQUAL Analizi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*: 107-118

Sağnak, P. (2010). **Hatane İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımının Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini Yaratılmasındaki Rolü ve bir Pazarlama Aracı Olarak Kullanılması; Gata Hastanesi’nde Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Sarkaya, N. (2004). Servis Sistemlerinde Kalitenin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesinde DEA modeli: Bir Bankacılık Uygulaması, *Yöneylem Araştırması, Endüstri Mühendisliği*, XXIV Ulusal Kongresi, Tebliğ.
- Sevimli, S. (2006). **Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Endüstri İşletmeciliği.
- Seven, M. A., Sönmez, S. (2003). Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Hazırlık Sınıflarında Uygulanan Dil Öğretim Programının Amacına Ulaşma Düzeyi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri ABD. s. 232.
- Sevi, L. (2010). **Öğretmen Adaylarının Yabancı Dil Eğitiminin Gerekliliğine İlişkin Görüşleri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı.
- Sökmen, A. (2011). Öğrenci Memnuniyetine Yönelik Ankara'daki Bir Meslek Yüksekokulunda Araştırma, Ankara: *Başkent Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 66-79
- Srivastava, R., Tassadduq, A. ve Liam, F. (1999). Marketing, Business Processes, and Shareholder Value: An Organizationally Embedded View of Marketing Activities and Discipline of Marketing. *Journal of Marketing*, (Özel Sayı): 168
- Spreng, R., Mackensie, S ve Olshavsky, W.A. (1996). Reexamination of Determinants of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing*, 60(2): 15.
- Oakland, J. (2005). From Quality to Excellence in the 21st. Century, *Total Quality Management*, 16(8-9): 1059.
- Stafford, M.R. (1999). Assessing the Fit and Stability of Alternative Measures of Service Quality. *Journal of Applied Business Research*, 15(2): 13-31.
- Sütlaş, N. (2010). **Eğitim Hizmetleri Pazarlaması: Türkiye'deki Üniversitelerin Pazarlama Stratejileri Konusunda Ampirik Bir Araştırma, İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Bilim Dalı.**

Şahin, G. G. (2011). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algısına Yönelik Ankara’da Bir Araştırma, Ankara: *Atılım Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3/4 (2011) 49-65.

Talim ve Terbiye Kurulu Kararı, 15.9.1947 tarih ve 263 no’lu.

Tanrıverdi, H., Erdem, Ş. (2010). Sağlık Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi İle Tatmin Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Ve Bir Uygulama, Sakarya: *Sakarya Üniversitesi, TSA*, 14(1): 74

Taşlıyan M., Gök, S. (2012). Kamu Ve Özel Hastanelerde Hastamemnuniyeti: Kahramanmaraş’ta Bir Alan Çalışması, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1): 69-94

Teas, R.K. (1993). “Expectations, Performance Evaluation, and Consumers’ Perceptions of Quality”, *Journal of Marketing*, (57): 18-34.

Torlak, Ö., (2001). Eğitim Hizmetleri Pazarlaması Açısından Üniversite Öğrencilerinin Hizmet Kalitesini Algılamalarının Önemi, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (27): 397-416.

Tosun, C. (2006). Yabancı Dille Eğitim Sorunu, *Journal of Language and Linguistic Studies*, 2(1): 12.

Trıbe, J. ve Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to Holsat: Holiday Satisfaction in Varedo, *Cuba. Tourism Management*. 19(1): 25-34.

Ustaahmetoğlu, E. ve Savcı, M. (2011). Muhasebe Meslek Mensuplarının Sundukları Hizmetin Kalitesini Değerlendirmesi Ve Örnek Bir Uygulama, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(22): 168-184.

Uyguç, N. (1998). Hizmet Yönetimi, Hizmete Yönelik Yönetim Yaklaşımı, *Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1): 158.

Üner, M. (1994), “Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir mi?” İstanbul: *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 34(8): 2-11.

Varinli, İ. ve Çakır A, (2004). Hizmet Kalitesi, Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki: Kayseri’de Poliklinik Hastalarına Yönelik Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* : 2(17): 33-39

Yanar, B. H. (2008). **Yabancı Dil Hazırlık Eğitimi Alan ve Almayan Anadolu Lisesi Öğrencilerinin Yabancı Dil Özyeterlik Algılarının ve İngilizce Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi**, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı.

Yetiş, H (2001). **Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Modeli ile Ölçülmesi ve Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Yıldıran, Ç. (2010). **Üniversite Öğrencilerinin Yabancı Dil Seviyelerinin Ve Yabancı Dil Eğitim Programına Karşı Tutumlarının İncelenmesi (Aksaray Üniversitesi Örneği)**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Programları Ve Öğretim Bilim Dalı

Yüksel, Ü. (2002). Türk Turizminin Temel Sorunu: Hizmet Kalitesi, *Pazarlama Dünyası*, 16(3): 38-42.

EK: ARAŞTIRMA ANKET FORMU

Değerli Öğrenciler,

Bu anket çalışması bilimsel bir çalışmada kullanılmak üzere veri toplamayı amaçlamaktadır. Vereceğiniz doğru, samimi ve tam cevaplar; araştırmanın kalitesini, bilgilerin geçerliliği ve araştırmanın başarısı açısından büyük önem taşımaktadır. Araştırmaya gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve katkılarınız için teşekkür eder, eğitim hayatınızda başarılar dileriz.

Serdar YÜCE

Yrd. Doç. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK

1. Yaşınız:

2. Cinsiyetiniz: Kız Erkek

3. Ailenizin gelir toplamı ne kadardır?:.....

4. Ailenizin yaşadığı ilin trafik kodu kaçtır?.....

5. Eğitim Düzeyiniz: Ön Lisans Lisans

6. Fakülte/ Yüksekokul/ Meslek Yüksekokulu:

8. Sınıfınız.....

9. Eğitim şekliniz: I. Öğretim II. Öğretim

10. Bölümünüzün eğitim dili şekli nedir?(%0,%30,%100).....

11. Aylık Ortalama Harcama Miktarınız:TL

13. Mezun olduğunuz lise türü.

 Fen lisesi Anadolu lisesi Normal lise Meslek lisesi

14. Üniversite öncesi eğitim hayatınızda yabancı dil hazırlık eğitimi aldınız mı?

 Evet Hayır

15. 14.soruya cevabınız evet ise hangi eğitim aşamasında yabancı dil eğitimi aldınız?

 İlkokul Ortaokul Lise

16. Aşağıda bir üniversitenin yabancı dil hazırlık sınıfı öğrencilerine yönelik hizmetlerine ilişkin 5 özellik yer almaktadır. Bunlardan her birinin, bir üniversitenin hizmet kalitesi açısından değerlendirilmesinde ne kadar önemli olduğu öğrenilmek istenmektedir. Lütfen, toplam 100 puanı bu beş özellik arasında, bu özelliklerin sizce ifade ettiği öneme göre paylaşınız. Lütfen paylaştığınız puanların toplamının **100** olmasına özen gösteriniz.

	PUAN
Yab.dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin donanımı, personeli ve iletişim malzemeleri	
Yab.dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin söz verdiği hizmeti doğru ve güvenilir olarak yerine getirmesi	
Yab.dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin öğrencilerine yardımcı olma ve süratli hizmet verme isteği	
Yab.dil hazırlık sınıfı olan üniversite çalışanlarının bilgi ve nezaketleri ile güven telkin etme kabiliyetleri	
Yab.dil hazırlık sınıfı olan üniversitenin öğrencilerine gösterdiği kişisel ilgi	

17. Size göre yabancı dil hazırlık eğitimi etkileyen en önemli beş faktörü önem sırasına göre sıralayınız.

A.....

B.....

C.....

D.....

E.....

18. KBÜ' ne gelmeden önce KBÜ' nin yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili beklentinizi 100 puan üzerinden değerlendiriniz.

19. KBÜ' de bir yıl süresince almış olduğunuz YDHE' ni hizmet kalitesi açısından 100 puan üzerinden değerlendiriniz.....

20. Karabük Üniversitesi yabancı dil hazırlık eğitimi ile ilgili genel memnuniyet düzeyiniz nedir?

 Hiç memnun değilim Memnun değilim Kararsızım Memnunum Çok memnunum

21. Karabük Üniversitesi ile ilgili genel olarak memnuniyet düzeyiniz nedir?

 Hiç memnun değilim Memnun değilim Kararsızım Memnunum Çok memnunum

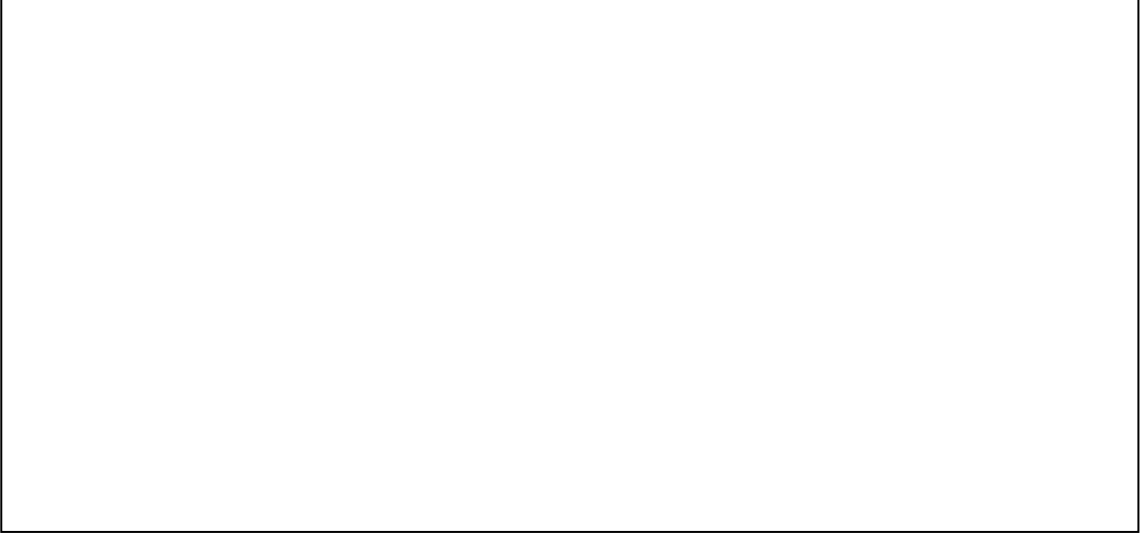
22. Aşağıda yabancı dil hazırlık eğitimi konusunda mükemmel olan bir üniversite ile ilgili verilen ifadelere katılma düzeyinizi lütfen belirtiniz

	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Yabancı dil hazırlık eğitiminde mükemmel olan bir;					
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.					
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür.					
3	Üniversite temiz ve bakımlıdır.					
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıfları ders yapmaya elverişlidir.					
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyalleri uluslararası düzeyde ve kaliteli olur.					
6	Üniversitede öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı olmalıdır.					
7	Üniversitede düzenli ve işler durumda bir kütüphane olmalıdır.					
8	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü, nazik ve istekli olmalıdır.					
9	Üniversitede çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahip olmalıdır.					
10	Üniversitede haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.					
11	Üniversite öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.					
12	Üniversitede ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.					
13	Üniversitede başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutulurum.					
14	Üniversitede her seviyeye uygun sınıf açılır.					
15	Üniversitede dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlenir.					
16	Üniversite beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırır.					
17	Üniversitede yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir.					
18	Üniversitede yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilmelidir.					
19	Üniversitede öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.					
20	Üniversitede hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılr.					
21	Üniversitede öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler güncel olur.					
22	Üniversitede öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.					
23	Üniversitede öğretim elemanları yabancı olur.					
24	Üniversitede öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.					
25	Üniversitede her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez					
26	Üniversitenin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.					
27	Üniversitede ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur.					
28	Üniversitede hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.					

23. Aşağıda KBÜ' de verilen YDHE hizmeti konusunda ki verilen ifadelere katılma düzeyinizi lütfen belirtiniz

	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Yabancı dil hazırlık eğitimi hizmeti verilen Karabük;					
1	Üniversitenin adı tercihimde önemlidir.					
2	Üniversitenin kampüsü modern görünümlüdür.					
3	Üniversitesi temiz ve bakımlıdır.					
4	Üniversitesi'nin hazırlık sınıfları ders yapmaya elverişlidir.					
5	Üniversitenin hazırlık sınıfının yardımcı ders materyaller i uluslararası düzeyde ve kalitelidir.					
6	Üniversitesi' nde öğrencilerin kullanabileceği internet bağlantısı vardır.					
7	Üniversitesi' nde düzenli ve işler durumda bir kütüphane vardır.					
8	Üniversitesi' nde çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken güler yüzlü , nazik ve isteklidir.					
9	Üniversitesi' nde çalışanlar (Memur, Güvenlik, Hizmetli... vb.) hizmet verirken yeterli bilgi, deneyim ve sorumluluğa sahiptir.					
10	Üniversitesi' nde haber ve değişiklikler öğrencilere zamanında ve doğru olarak duyurulur.					
11	Üniversitesi öğrencilerinin sorunlarına kısa sürede çözüm üretir.					
12	Üniversitesi' nde ders dışındaki hizmetleri beklemeden ve zamanında alabilirim.					
13	Üniversitesi' nde başlangıçta seviye belirleme sınavına tabi tutuldum.					
14	Üniversitesi' nde her seviyeye uygun sınıf vardı.					
15	Üniversitesi' nde dersler dönem başlangıcında belirlenen programa zaman ve içerik olarak uygun işlendi.					
16	Üniversitesi beni hedeflediğim yabancı dil seviyesine ulaştırdı.					
17	Üniversitesi' nde yabancı dil eğitimi ile ilgili aktiviteler yapılır ve bu aktivitelere katılınabilir.					
18	Üniversitesi' nde yabancı dil eğitimi çeviri, konuşma, yazma, gramer grupları gibi ilgi gruplarına göre çeşitlendirilerek verilir.					
19	Üniversitesi' nde öğretim elemanları konularında uzman ve bilgilidir.					
20	Üniversitesi' nde hocalara ders dışında kolaylıkla ulaşılır.					
21	Üniversitesi' nde öğretim elemanlarının derse ilişkin verdiği örnekler günceldir.					
22	Üniversitesi' nde öğretim elemanları öğrettiği yabancı dili akıcı konuşur.					
23	Üniversitesi' nde öğretim elemanları yabancıdır.					
24	Üniversitesi' nde öğretim elemanları derslere katılmayı motive eder.					
25	Üniversitesi' nde her sınıftaki öğrenci sayısı 15-20 kişiyi geçmez.					
26	Üniversitesi' nin kapsamlı ve ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren web sayfası vardır.					
27	Üniversitesi' nde ders dışında vakit geçirilebilecek fiziki ve sosyal alanlar bulunur.					
28	Üniversitesi' nde hiçbir sağlık güvencesi olmayan öğrencilere sağlık hizmetleri sunulur.					

24. Belirtmek İstedığınız Düşünceleriniz Varsa Lütfen Yazınız.



KATKILARINIZDAN DOLAYI TEŞEKKÜR EDERİZ.

ÖZGEÇMİŞ

1974 Adana doğumlu olan Serdar Yüce, ilköğretimini Elazığ'da, orta öğretime Elazığ lisesine başlayıp Malatya lisesinde tamamladı. Üniversite eğitimini Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünde yaparak 2001 yılında mezun olmuştur. 2011 yılında başlamış olduğu Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde İşletme Anabilim Dalı yüksek lisans eğitimini sürmektedir. 2002 yılı sonunda Karabük Üniversitesi'nde memur olarak başladığı görevine halen Personel Daire Başkanlığı Özlük Hakları ve Tahakkuk Şube Müdürü olarak devam etmektedir.