

T.C.
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ÜRETİM YÖNETİMİ ve PAZARLAMA PROGRAMI

TEMEL LİSELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ:
İZMİR ve MANİSA ÖRNEĞİ

Sibel YÜREK

Danışman
Prof. Dr. Cengiz YILMAZ

MANİSA-2017

T.C.
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ÜRETİM YÖNETİMİ ve PAZARLAMA PROGRAMI

TEMEL LİSELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ:
İZMİR ve MANİSA ÖRNEĞİ

Sibel YÜREK

Danışman
Prof. Dr. Cengiz YILMAZ

MANİSA-2017

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 04/04/2017 ve 12/Ek8 sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Celal Bayar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin 24. Maddesi gereğince Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Sibel YÜREK 'in **"Temel Liselerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: İzmir ve Manisa Örneği"** Konulu tezi incelenmiş ve aday 24/04/2017 tarihinde saat 11.00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 40 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI olduğuna



OY BİRLİĞİ



DÜZELTME yapılmasına



OY ÇOKLUĞU



RED edilmesine



ile karar verilmiştir.

* Bu halde adaya 6 ay süre verilir.

** Bu halde adayın tez konusu ve/veya danışmanı değiştirilebilir.

BAŞKAN

Prof. Dr. Cengiz YILMAZ

ÜYE

Doç. Dr. Tuncer ÖZDİZ

ÜYE

Doç. Dr. Feriye M. AKYOL
Emiyatın

Evet

Hayır

Tez, burs, ödül veya Teşvik programına (Tüba, Fullbright vb.) aday olabilir.



Tez, mutlaka basılmalıdır.



Tez, mevcut haliyle basılmalıdır.



Tez, gözden geçirildikten sonra basılmalıdır.



Tez, basımı gereksizdir.



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Temel Liselerde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: İzmir ve Manisa Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../2017

Sibel YÜREK

İmza

ÖZET

TEMEL LİSELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: İZMİR VE MANİSA ÖRNEĞİ

Toplumların kalkınması ve kalifiye bireyler yetişmesi, ülkelerin diğer ülkeler arasında önemli bir yere sahip olması ancak bireylerin iyi bir eğitim almasıyla mümkündür.

Bu araştırmanın amacı temel liselerde verilen eğitim hizmetlerinde hizmet kalitesini ölçmek, kaliteyi etkileyen unsurları belirlemek ve bu bağlamda bu kurumlar üzerinden taraflara önerilerde bulunmaktır. Araştırmada daha önceden yapılan çalışmalardan farklı olarak örneklem, 2015-2016 eğitim öğretim yılında ilk defa uygulanan yasayla dershanelerden temel liseye (özel okul) dönüşen İzmir ve Manisa’da bulunan iki temel lisedeki öğrenciler olarak seçilmiştir. Çoğunluğunu devlet okullarından geçiş yapan öğrencilerin oluşturduğu bu örneklem, iki okulun öğrencilerin beklentilerini karşılayıp karşılamadığını ve iki farklı okul arasındaki hizmet kalitesi farkının olup olmadığını görebilmemizi de sağlayacaktır.

İlk bölümde hizmet ve kalite kavramları incelenmiş ve özellikleri ortaya konulmuştur. Ayrıca hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilen ölçeklere yer verilmiştir. İkinci bölümde eğitim kavramı incelenmiş, ülkemizde büyük bir sektörü oluşturan dershane kavramı üzerinde durulmuş ve dershanelerin dönüştüğü temel liselerle ilgili bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde ise tezin araştırma kısmı yer almaktadır. Bu araştırmayla ilgili kurulan hipotezler, uygulanan anketlerden elde edilen veriler ve sonuç kısmı bulunmaktadır.

Bu araştırmada, SERVQUAL olarak adlandırılan bir ölçek kullanılmıştır. Ankette aynı zamanda demografik özelliklerle de ilgili sorular bulunup, bu özelliklerin hizmet kalitesini etkileyip etkilemediğine bakılmıştır.

Anahtar Kelime: Hizmet, Hizmet Kalitesi, Kalite, Eğitim, Eğitimde Kalite.

ABSTRACT

MEASURING THE SERVICE QUALITY IN THE BASIC HIGH SCHOOLS: İZMİR AND MANİSA SAMPLES

Development of the societies, raising the educated individuals and having an important place among the other countries are only possible with educating the individuals well enough.

The purpose of this research is to measure the quality of the education that is provided in the basic high schools, to determine the factors that affect the quality and to advise the sides basing on this institutions. Different from the previously performed researches, the sample was chosen as the students in two basic high schools that are in İzmir and Manisa which were turned from private education institutions into basic high schools (private schools) in accordance with the law which was applied for the first time in 2015-2016 education year. This sample which consists of the students, most of whom transferred from the state schools to there, will provide us to see whether to high schools meet the expectations of the students and there is a service quality difference between two different schools or not.

In first part, the service and quality concepts are examined and their features are presented. Besides, scales that are developed in order to measure the service quality are revealed. In second part, the concept of education is examined, the concept of private teaching institutions which form a great sector in Turkey are explained in detail and information about the basic high schools that were turned from the private teaching institutions, is given. In the third part, the thesis research part is included. Hypothesis that are developed in relation to this research, data obtained from the applied queries and the conclusion part take place.

In this research, a scale called SERVQUAL was used. In the query, there are also some questions about the demographic features, and it was examined whether these features will affect the service quality or not.

Keywords: Service, Service Quality, Quality, Education, Quality in Education.

TEŞEKKÜR

Çalışmamın her aşamasında bana büyük özveriyle destek olan, bilgi ve deneyimleri ile yol gösteren danışman hocam Sayın Prof. Dr. Cengiz YILMAZ'a, bilgi ve tecrübesi ile lisansüstü öğrenim hayatımın tüm zorlu aşamalarında maddi manevi her yönden yardımcı olan, tecrübeleri ile beni aydınlatan ve desteğini hiç eksik etmeyen, kendisini tanımaktan büyük onur duyduğum hocam Sayın Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL'e, yüksek lisans eğitimim sırasında ve tez aşamasında desteğini ve yardımlarını esirgemeyen hocam Sayın. Doç. Dr. Burak KARTAL'a, çalışmalarım sırasında maddi ve manevi desteğini her zaman hissettiğim değerli eşim Burhan YÜREK'e, oğlum Musab Eren YÜREK'e ve öğrenim hayatım boyunca beni maddi ve manevi olarak destekleyen ve hep yanımda olan aileme yürekten teşekkür ederim.

Sibel YÜREK
Manisa, 2017

İÇİNDEKİLER

ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
TEŞEKKÜR.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
EKLER LİSTESİ	xvi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET ve KALİTE KAVRAMLARININ İNCELENMESİ

1.1. HİZMET KAVRAMININ GELİŞİMİ ve ARTAN ÖNEMİ	2
1.2. HİZMET KAVRAMI	6
1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI.....	8
1.4. HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ	9
1.4.1. Soyutluluk	10
1.4.2. Ayrılmazlık.....	10
1.4.3. Heterojenlik	10
1.4.4. Dayanıksızlık.....	11
1.5. HİZMET ve MAL KARŞILAŞTIRILMASI	11
1.6. HİZMET PAZARLAMASI ve FAYDALARI	13
1.7. KALİTE KAVRAMI ve ÖNEMİ	15
1.8. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI ve BOYUTLARI.....	17
1.9. HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ	20
1.9.1. Grönroos Modeli	20

1.9.2. SERVPERF Ölçeği.....	21
1.9.3. SERVQUAL Ölçeği	22
1.9.3.1. Müşteri Beklentileri İle Yönetimin Algılamaları Arasındaki Boşluk (Gap 1)	25
1.9.3.2. Yönetimin Müşteri Beklentileri Hakkındaki Algılamaları İle Algıların Hizmet Kalitesine Aktarılması Arasındaki Boşluk (Gap 2).....	26
1.9.3.3. Gerçekleşen Hizmet Sunumunun Oluşturulan Hizmet Kalitesi Standartlarına Uymamasından Kaynaklanan Boşluk (Gap 3)	27
1.9.3.4. Vaat Edilen Sunum İle Gerçekleşen Sunum Arasındaki Tutarsızlıktan Oluşan Boşluk (Gap 4).....	28
1.9.3.5. Algılanan ve Beklenen Hizmet Arasındaki Boşluk (Gap 5)	29

İKİNCİ BÖLÜM

EĞİTİM KAVRAMININ İNCELENMESİ

2.1. EĞİTİM HİZMETLERİNİN TANIMI ve ÖNEMİ	31
2.2. EĞİTİM HİZMETLERİNİN FAYDALARI	33
2.3. EĞİTİMİN AMAÇLARI	33
2.4. EĞİTİM HİZMETLERİNİN SINIFLANDIRILMASI.....	34
2.4.1. Örgün Eğitim	34
2.4.2. Yaygın Eğitim	35
2.4.3. Özel Dershaneler ve Temel Liselere Dönüşümü.....	36
2.4.3.1. Özel Dershaneler	36
2.4.3.2. Temel Liseler	39
2.5. EĞİTİM HİZMETLERİNDE KALİTE	40
2.5.1. Kaliteli Bir Eğitim İçin Öğretmen Nitelikleri	42
2.5.2. Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEMEL LİSELER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1. SEKTÖRLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER	46
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI ve KAPSAMI	47
3.3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	48
3.3.1. Ana Kütle ve Örnek Kütlenin Seçimi.....	48
3.3.2. Araştırmanın Ölçeği	48
3.3.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan İfadeler	51
3.3.4. Araştırmanın Hipotezleri	52
3.3.5. Araştırmada Kullanılan Analiz Teknikleri	53
3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	53
3.4.1. Betimleyici İstatistikler	54
3.4.2. Öğrencilerin Eğitim Hizmetleriyle İlgili Genel Memnuniyet Düzeyleri	55
3.4.3. Öğrencilerin Eğitim Hizmetlerinden Beklentileri ve Algılamaları	56
3.4.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi	61
3.4.4.1. Öğrencilerin Beklentilerine İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi.....	61
3.4.4.2. Öğrencilerin Algılamalarına İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi	62
3.4.5. Öğrencilerin Eğitim Hizmetlerine İlişkin Beklenti ve Algılamaları	62
3.4.6. Öğrencilerin Beklenti ve Algılamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi	69
3.4.7. Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleriyle Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	71
3.4.8. Genel Memnuniyet Düzeyi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	73
3.4.9. İzmir ve Manisa İllerindeki Temel Liselerin Hizmet Kalitelerinin Karşılaştırılması.....	74
3.4.9.1. İzmir İlindeki Temel Lisenin İstatistikî Verileri	74
3.4.9.2. Manisa İlindeki Temel Lisenin İstatistikî Verileri	77
3.5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	82
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	86
KAYNAKÇA.....	90
EK 1: Anket Örneği	100
EK 2: Tablolar.....	104

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AMA	Amerikan Pazarlama Derneği
ASQC	Amerikan Kalite Kontrol Derneği
Çev.	Çeviren
EOQC	Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu
İSO	Uluslararası Standartlar Teşkilatı
LYS	Lisans Yerleştirme Sınavı
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
ÖSYM	Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi
TDK	Türk Dil Kurumu
TEOG	Temel Eğitimden Ortaöğretime Geçiş
TKY	Toplam Kalite Yönetimi
TSE	Türkiye Standartlar Enstitüsü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
YGS	Yüksek Öğretime Geçiş Sınavı

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: İstihdamın Sektörel Dağılımı, Türkiye, 2004-2013.....	3
Tablo 2: Mallarla Hizmetler Arasındaki Farklılıklar	12
Tablo 3: Hizmet Kalitesinin Prosedürel ve Davranışsal Boyutları	19
Tablo 4: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 1	26
Tablo 5: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 2	27
Tablo 6: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 3	27
Tablo 7: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 4	29
Tablo 8: Hizmet Kalitesi Boyutlarının Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması.....	50
Tablo 9: Araştırmada Kullanılan Ölçekler	52
Tablo 10: Veri Analizinde Kullanılacak Yöntemler	53
Tablo 11: Cinsiyet Değişkenine İlişkin Frekans Dağılımı	54
Tablo 12: Sınıf Değişkenine İlişkin Frekans Dağılımı	54
Tablo 13: Aylık Gelir Değişkenine İlişkin Frekans Dağılımı	55
Tablo 14: Genel Memnuniyet Düzeyine İlişkin Dağılım.....	55
Tablo 15: Öğrencilerin Beklentilerine İlişkin Frekanslar	57
Tablo 16: Öğrencilerin Algılarına İlişkin Frekanslar	60
Tablo 17: Beklentilere İlişkin Ölçek İstatistikleri	61
Tablo 18: Beklentilere İlişkin Güvenilirlik İstatistikleri	61
Tablo 19: Algılamalara İlişkin Ölçek İstatistikleri.....	62
Tablo 20:Algılamalara İlişkin Güvenilirlik İstatistikleri.....	62
Tablo 21: Öğrencilerin Beklenti Ortalamalarının Kararsız (3) Ortalamaya Göre Anlamlı Farklılıkları.....	62
Tablo 22: Öğrencilerin Algı Ortalamalarının Kararsız (3) Ortalamaya Göre Anlamlı Farklılıkları.....	66
Tablo 23: Genel Algı ve Beklenti Ortalamaları	69
Tablo 24: Beklenti ve Algı Ortalamaları Arasındaki Farkın Ölçümüne İlişkin T Testi Sonuçları	70
Tablo 25: Sınıf ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	72
Tablo 26: Cinsiyet ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	72
Tablo 27: Ailenin Gelir Durumu ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	73

Tablo 28:Genel Memnuniyet Düzeyi ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	73
Tablo 29: İzmir İlindeki Temel Lisenin Sınıf Değişkenine İlişkin Dağılımı.....	74
Tablo 30: İzmir İlindeki Temel Lisenin Cinsiyet Değişkenine İlişkin Dağılımı	74
Tablo 31: İzmir İlindeki Temel Lisenin Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Dağılımı	75
Tablo 32: İzmir İlindeki Temel Lisenin Genel Memnuniyet Düzeyine İlişkin Dağılımı	75
Tablo 33: İzmir İlindeki Temel Lisenin Algı ve Beklenti Ortalamaları	75
Tablo 34: Manisa İlindeki Temel Lisenin Sınıf Değişkenine İlişkin Dağılımı.....	77
Tablo 35: Manisa İlindeki Temel Lisenin Cinsiyet Değişkenine İlişkin Dağılımı	77
Tablo 36: Manisa İlindeki Temel Lisenin Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Dağılımı	77
Tablo 37: Manisa İlindeki Temel Lisenin Genel Memnuniyet Düzeyine İlişkin Dağılımı	78
Tablo 38: Manisa İlindeki Temel Lisenin Algı ve Beklenti Ortalamaları	78
Tablo 39: Genel Algı ve Beklenti Ortalamalarına İlişkin Veriler.....	79
Tablo 40: “Okul Öğrencilerin Karşılaştıkları Problemleri Hızlı Bir Şekilde Çözebilmektedir” İfadesinin Bölgelere Göre Değişimi	80
Tablo 41: “Öğrencilerin Şikayet ve Önerileri Dikkate Alınmaktadır” İfadesinin Bölgelere Göre Değişimi.....	80
Tablo 42: “Okul Öğrencilerin Özel İstek ve İhtiyaçlarını Anlamaktadır” İfadesinin Bölgelere Göre Değişimi.....	81

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Cironun Hizmetlerde Kısımlara Göre Oransal Dağılımı, 2014	4
Şekil 2: Somuttan Soyuta Doğru Mal ve Hizmetler	7
Şekil 3: Nodric Modeli.....	21
Şekil 4: Hizmet Kalitesi Modeli.....	24
Şekil 5: Genişletilmiş Hizmet Kalitesi Modeli	30



EKLER LİSTESİ

EK 1: Anket Örneği

EK 2: Tablolar



GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle işletmelerin rekabet üstünlüğünü elde edebilmelerinin en önemli ölçütlerinden biri ürünlerinde kaliteyi yakalayabilmeleridir. Kalite, fiziksel ürünlerde önemli olduğu gibi soyut ürünlere karşılık gelen hizmet sektörü ürünlerinde de oldukça önemli rol oynamaktadır. İşletmelerin eldeki müşteriyi tutabilmek ve yeni müşteri kazanabilmek için faaliyet gösterdikleri sektörde somut, soyut, ya da hem somut hem de soyut ürünlerde kaliteyi öne çıkarmaları gerekmektedir.

Özellikle son yıllarda tüm dünyada hizmet sektörünün diğer sektörlerin önüne geçmesi, işletmeleri bu sektörde kalite arayışlarına yönlendirmiştir. Hizmet ürünlerinin kendine özgü niteliklerinden dolayı somut mallardaki gibi soyut olan bu ürünlerde kaliteyi belirlemek çok da kolay olmamakla beraber kaliteyi ölçebilmek için birçok araştırma ve çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarla müşteri memnuniyeti ölçülmeye çalışılmış, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına göre hizmetler yeniden şekillendirilmiştir.

Hizmet sektöründe önemli bir yere sahip olan eğitim sektörü de kalite çalışmalarından etkilenmiş, bu alanda kaliteyi yakalayabilmek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Özellikle eğitim sektöründe büyük bir istihdama sahip özel okullar sundukları hizmetin kaliteli olabilmesi için büyük çaba sarf etmiş, nitelikli öğrenciler yetiştirmek için uğraş vermişlerdir. Sonuç olarak da istediğini alan mutlu öğrenci, mutlu veli ve bununla birlikte mutlu bir toplum oluşturma hedefine ulaşmaya çalışmışlardır.

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET ve KALİTE KAVRAMLARININ İNCELENMESİ

1.1. HİZMET KAVRAMININ GELİŞİMİ ve ARTAN ÖNEMİ

Toplumsal ihtiyaçlarımızı karşılayan, gündelik hayatımızda adeta vazgeçemediğimiz faaliyetler olan sağlık, eğlence, turizm, yiyecek-içecek, eğitim, seyahat, bankacılık, iletişim vb. olanaklarını birer hizmet faaliyeti olarak sayabiliriz.

Hizmetlerle bu denli iç içe olmak, hizmetlerin insan yaşamındaki önemini çok basit bir gerçek olarak gözler önüne sermekte, sadece günümüzde değil bunun gelecekte de yükselen bir trend olarak devam edeceği öngörülmektedir (Değermen, 2006: 4).

Günümüzde hizmetler alanında yaşanan büyük ve hızlı gelişim nedeniyle bu çağın adı 'Hizmet Çağı' olarak adlandırılmıştır. Sanayi Çağı sonrasında teknolojik, ekonomik, sosyal ve toplumsal alanlarda yaşanan hızlı değişim sonucu bu alanlardaki değişimi karşılamak, düzenlemek, geliştirmek için hizmetlere ihtiyaç duyulmuş ve hizmet sektörü de piyasada yerini almıştır. Böylece tüm dünya ekonomilerinde hizmet sektörü çok hızlı bir büyüme göstermiştir (Karahana, 2001: 11).

Sanayileşmiş ülkelerde son yirmi yılda hizmet sektörü ekonominin baskın unsuru haline gelmiştir. 1989 yılındaki hizmet sektörünün payı şu şekilde oluşmaktadır: ABD'nin GSYH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla)'sinin % 69'u; İngiltere'nin GSYH'sinin % 62'si; Almanya'nın GSYH'sinin % 60'ı; Japonya'nın GSYH'sinin % 56'sı; Fransa'nın GSYH'sinin % 67'sidir. Bu rakamlar hizmet sektörünün katkısını tam olarak temsil etmemektedir çünkü mal üretimi yapan şirketler tarafından sağlanan hizmetleri kapsamamaktadır (Ghobadian vd., 1994: 43).

Dünya ekonomisindeki hizmet sektörünün payını 2012 yılı verileriyle incelediğimizde ise sektörün ekonomideki payının ne kadar hızlı bir şekilde arttığını rahatlıkla görebilmekteyiz. Verilen oranlar şu şekildedir (Kalkınma Bakanlığı, 2014: 20):

ABD GSYH'sinin % 78'ini, İngiltere GSYH'sinin % 78'ini, Fransa GSYH'sinin % 79'unu, Almanya GSYH'sinin % 69'unu ve Japonya GSYH'sinin % 70'ini hizmet sektörü oluşturmaktadır.

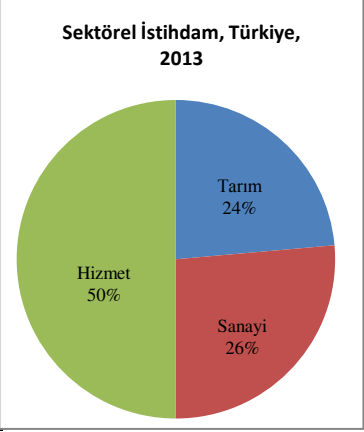
Kotler ve Keller (2014: 355), son araştırma raporlarına göre hizmet sektörünün, ekonomide baskın bir istihdam alanı olmaya devam edeceğini ve 2018

yılına kadar yaklaşık 14,6 milyon iş ilavesi bulup toplam istihdamda beklenen artışın % 96'sını sürdüreceğini, bu rakamların da hizmet pazarlamasında özel sorunlara yol açacağını ifade etmişlerdir.

Türkiye’de ise hizmet sektörü yıllar itibarıyla istihdam artışının gözlendiği bir sektör olup, bu artışın kriz döneminde de devam etmesiyle 2009 yılında toplam istihdamdaki hizmet sektörünün payı % 50,1’e ulaşmıştır. 2010 yılında tarım ve sanayi sektörlerindeki istihdam artışı nedeniyle toplam istihdamdaki payı % 48’ler seviyesine gerilemiş, 2012 yılından sonra yükselişe geçip %50’ye ulaşarak 2013 yılında istihdamın en yüksek payına sahip olmuştur. Yine 2013 yılında sanayi sektörü % 26,4, tarım sektörü ise % 23,6 paya sahiptir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014a) .

Tablo 1: İstihdamın Sektörel Dağılımı, Türkiye, 2004-2013

Yıllar	Toplam	(Bin kişi)			(%)		
		Tarım	Sanayi	Hizmet	Tarım	Sanayi	Hizmet
2004	19632	5713	4885	9034	29,1	24,9	46,0
2005	20066	5154	5284	9628	25,7	26,3	48,0
2006	20423	4907	5465	10051	34,0	26,8	49,2
2007	20738	4867	5544	10327	23,5	26,7	49,8
2008	21193	5016	5682	10495	23,7	26,8	49,5
2009	21277	5240	5385	10652	24,6	25,3	50,1
2010	22595	5683	5927	10985	25,2	26,2	48,6
2011	24110	6143	6380	11587	25,5	26,5	48,1
2012	24821	6097	6460	12264	24,6	26	49,4
2013	25523	6015	6737	12771	23,6	26,4	50,0



Kaynak: Hanehalkı İşgücü Araştırması, TÜİK

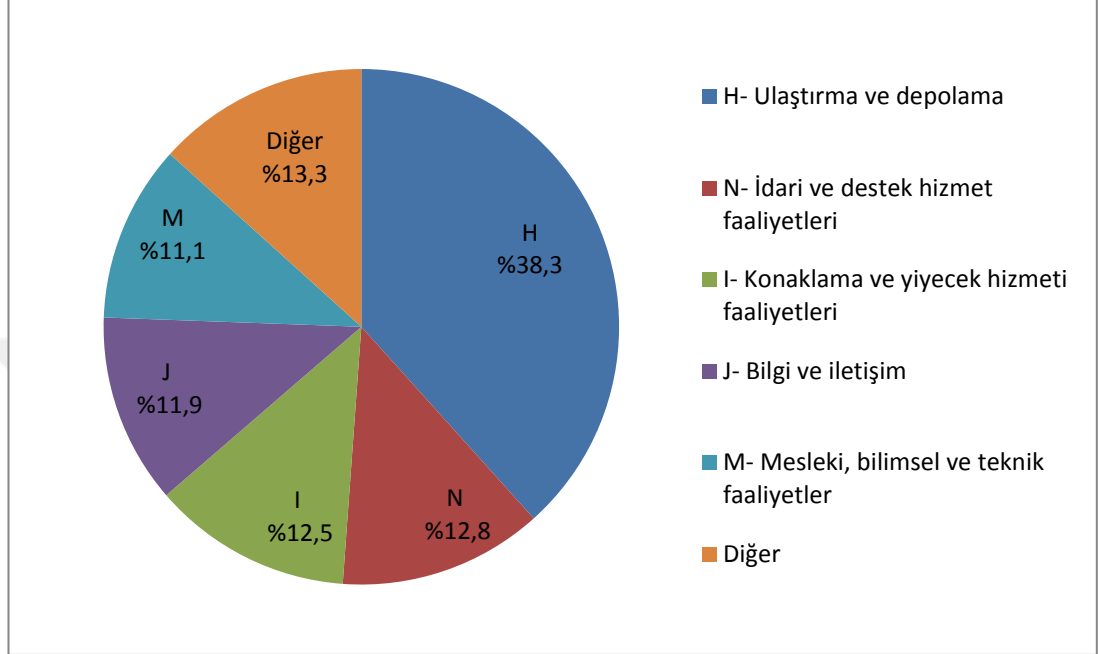
Sadece Tablo 1’e bakarak bile hizmet sektörünün istihdamdaki payı açısından Türkiye’de çok önemli bir yere sahip olduğunu söyleyebiliriz. Yine bu rakamlara göre ilerleyen dönemlerde hizmet sektörünün diğer sektörlerle göre daha hızlı bir büyüme kaydedeceği söylenebilir.

Sektörlerin ekonomideki payı incelenecek olursa hizmet ve sanayi sektörünün payı artarken tarım sektörünün payı ise azalmaktadır. 2015 yılının ilk yarısında hizmet sektörü GSYH’nin % 59,8’ini, sanayi sektörü GSYH’nin 28,4’ünü ve tarım sektörü ise GSYH’nin % 6’sını oluşturmaktadır (Maliye Bakanlığı, 2015: 31).

TÜİK’in yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri 2014 verilerine göre de, hizmet sektörlerinde ciroda en yüksek payı % 38,3’lük pay ile ulaştırma ve depolama sektörü almış, hizmetlerde yaratılan ciroda en yüksek paya sahip diğer kısımları ise

sırasıyla %12,8 ile idari ve destek hizmet faaliyetleri, %12,5 ile konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri, %11,9 ile bilgi ve iletişim ve %11,1 ile mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler izlemiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014b).

Şekil 1: Cironun Hizmetlerde Kısımlara Göre Oransal Dağılımı, 2014



Kaynak: Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2014, TÜİK

TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri verilerine göre 2015 yılında faal olan girişimlerin % 41,7'si hizmet sektöründe, % 38,8'i ise ticaret sektöründe yer almıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2015).

Hizmet sektörünün ulusal ekonomilerdeki yerinin bu derece önemli olmasının birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerden ilki, sektördeki çalışma oranındaki artışın düşük ücretli işlerde değil, aksine yüksek ücretli işlerde olmasıdır (Tek, 1999: 429).

Hizmet sektöründe çalışan bir komisyoncu, sadece aracılık ederek bütün yıl tarlada emek harcıyıp ürün yetiştiren çiftçiden daha az bir çabayla, daha çok gelir elde edebilmektedir. Bu ve buna benzer bir sürü örnekle hizmet sektörü, işletmeler ve girişimciler için cazip bir sektör haline gelmektedir.

Birçok hizmet ürününün fiyatının fiziksel mallara oranla çok daha hızlı artması da hizmet sektörünün önemini arttıran bir diğer nedendir. Üstelik fiziksel malların üretimine göre hizmet üretimi ile ilgili işlerin ekonomik durgunluğa daha dayanıklı olması nedeniyle ve bu sektördeki hızlı gelişmenin getirdiği nimetlerden

yararlanmak için, fiziksel mal üreticilerinin çoğu, artık hizmet alanında da ürün çeşitlemesine gitmeye başlamışlardır. Araba kiralama, büyük süpermarket ya da bölümlü mağaza, hisse senedi brokerliği, dışçı muayenesi ve mağaza içi hukuk danışmanlığı buna verilebilecek örneklerdendir (Tek, 1999: 429).

Ülkelerdeki ekonomilerin bazıları tarım ve doğal madenleri işlemeye dayalı, bazıları endüstriyel üretime dayalı ve bazıları da hizmet endüstrilerinin ağırlığının arttığı ekonomilerdir.

Ekonomilerinin büyük çoğunluğu hizmetlere dayanan ülkelere iletişim, eğlence, finans, turizm gibi hizmet sektörleri büyük önem kazanmaktadır. Bu sektörler dünyada ekonomiye yön veren sektörlerin başında gelmektedir.

Ayrıca bilgi teknolojilerindeki gelişmeler hizmet sektörünü önemli derecede etkilemiş, girişimciler için yeni iş fırsatları doğurmuştur.

Hizmet sektörü ulusal ekonomilerde yatırım, istihdam ve girişimcilik gibi konularda da yeni fırsatlar sunmakta, ülkedeki yaşam standardının yükseltilmesinde önemli rol almaktadır. Hizmet sektörünün Gayri Safi Milli Hasılasındaki (GSMH) payı incelendiğinde ise bu payın giderek arttığı açıktır (Gümüsoğlu vd., 2007: 7).

Hizmet sektöründeki birçok gelişme yeni hizmet alanlarının ortaya çıkmasını da sağlamıştır. Sosyal devlet anlayışı ve bu konudaki gelişmeler yeni birçok hizmet alanı ihtiyacını gündeme getirmiştir (Ekinci, 2008: 269).

Günümüzde ekonomisi gelişmiş ülkelere bakıldığında bu ülkelere hizmet sektörünün diğer sektörlerle göre daha gelişmiş olduğu görülebilir. Kişi başına düşen gelir yani refah seviyesi arttıkça hizmetlere yapılan harcamalar da artmaktadır. Böylece ekonominin büyümesi ile hizmet sektörünün gelişmesi paraleldir denilebilir. Eğitim sektörü de hizmet sektörüne dahil olduğundan ekonomik gelişmeyle birlikte bu sektöre olan ilgi de zamanla artmıştır.

Bilimsel araştırmalar eğitim düzeyi ile kalkınmanın unsurlarından olan ekonomik büyüme, siyasal ve toplumsal gelişme arasında doğrusal ilişkiler olduğunu ortaya çıkarmıştır (Taş ve Yenilmez, 2007: 161).

Tarıma dayalı bir ekonomiye sahip olan ülkelere bakıldığında bu ülkelerdeki eğitim seviyesinin, ekonomisinin büyük çoğunluğu hizmet sektörüne dayalı olan ülkelere kıyasla daha geride olduğu görülmektedir. Ekonomi geliştikçe teknik ve mesleki eğitim seviyesi yüksek bireylere duyulan ihtiyaç artmaktadır. Böylece bu ihtiyacı karşılamak için eğitime önemli oranda yatırımlar yapılmaktadır.

Eğitimin ülkelerin kalkınmışlık seviyelerinin artmasında büyük önemi vardır. Eğitim bilgiyi üretme ve yayma fonksiyonuyla ülkelerin çağın gereklerine uygun yeni teknolojilerinin takip edilmesine ve bunların üretim sistemlerine entegre edilmesine katkı sağlar. Ayrıca ülkelerin gelişme ve kalkınma sürecinde de işletmelerin ihtiyacı olan nitelikli işgücünün sağlanması konusunda katkı sağlamaktadır. Eğitim seviyesi yüksek işgücü, verimliliği artırırken bu da ülkelerin rekabet gücünün artması şeklinde ülke ekonomilerine yansımaktadır (Çalışkan vd., 2013: 30).

Böylece ekonomik büyüme bir hizmet sektörü olan eğitim sektörünün gelişmesini sağlamaktadır. Bununla beraber eğitim seviyesindeki ilerleme de ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.

1.2. HİZMET KAVRAMI

Yapılan literatür çalışmaları esnasında birçok hizmet kavramı tanımıyla karşılaşmıştır. Bu tanımların bazıları şu şekildedir:

- İslamoğlu vd. (2006: 18)'ye göre, “Hizmet, tüketicilerin yaşantılarından kaynaklanan ve çoğunlukla fiziksel olmayan sorunlarını çözen ya da çözümü kolaylaştıran sistemler, faaliyetler ve faydalar toplamıdır”.
- Gözlü (1994: 31-35), hizmeti, “zaman, yer, biçim ve psikoloji bakımından yarar sağlayan ekonomik faaliyetlerdir” şeklinde tanımlamıştır.
- Kotler ve Keller (2014: 356), şöyle tanımlamıştır: “Hizmet, bir tarafın diğer bir tarafa teklif ettiği soyut herhangi bir hareket veya icraattır ki, herhangi bir şeyin sahibi olma neticesine götürmez. Hizmet üretimi, fiziki bir ürüne bağlanabilir de bağlanmayabilir de”.
- Karahan (2001: 13)'in hizmet tanımı ise şöyledir. “Hizmet, bir istek ve ihtiyacı tatmin etmek amacıyla; mala bağlı ya da maldan bağımsız olarak üretilen, üretildiği anda tüketilen, elle tutulamayan, gözle görülemeyen, tadılamayan, koklanamayan, saklanamayan ve heterojen özellikte olan faaliyetler ve faydalardır”.
- Ve son olarak Türk Dil Kurumu (TDK, 2015)'na göre hizmet, “birinin işini görme ya da birine yarayan işi yapmadır”.

Yapılan birçok tanımdan Gümüőğlu vd. (2007: 12), hizmet için Şu noktaları belirlemiőlerdir:

1. Bir tarafın yaptığı iş/ler ya da eylem/ler ile diğetine bir yarar sağlaması ve karşı tarafın gereksinimini karşılaması.
2. Bu eylemlerin belli bir bilgi birikimi ve beceriye dayanması.
3. Yapılanın bir iş/eylem olması nedeni ile soyut nitelik taşıması.
4. Mal ve hizmetlerin genelde iç içe girmiş olması.
5. Hizmetlerin eylemler, süreçler ve etkileşimler sonucu ortaya çıkması.
6. Hizmetlerin anında tüketilen üretimler olması.
7. Hizmetlerin maddi çıktıların olmaması.

Hizmet kavramını tanımlamak güç olduğu için birbirinden farklı birçok tanım ortaya çıkmıştır. Bunun sebeplerinden biri de saf mal ve saf hizmet kavramlarıdır.

Kotler ve Keller (2014: 357), ürünü; saf somut ürün (tuz, sabun, diő macunu), hizmetle birleşmiş somut ürün (cep telefonu, bilgisayar), hibrit (restauranтта yemek yemek gibi), tamamına yakın hizmet çok azı somut olan ürün (uçak yolculuğu ve yolculukta verilen içecekler) ve saf hizmet (bebek bakıcılığı, masaj) olmak üzere beş kategoride incelemektedir.

Mucuk (2009: 306)'un saf mal ve hizmet ayrımı ise Şekil 2'de görüldüğü üzere, kitap → konfeksiyon → otomobil tamirati → havayolu seyahati → sigorta şeklinde ilerledikçe somuttan soyuta doğru değımektedir.

Şekil 2: Somuttan Soyuta Doğru Mal ve Hizmetler

kitap	konfeksiyon	otomobil tamirati	havayolu	Sigorta
radio	Elbise	uçak bakımı	seyahati	eğitim
ayakkabı	otomobil		konaklama	danışmanlık
kasetçalar	motosiklet		hizmetleri	ve
	bisiklet			bankacılık
				hizmetleri
Saf mallar	→	Mal ve hizmet	→	Saf hizmetler

Kaynak: Mucuk, 2009: 306

Her ne kadar saf maldan saf hizmete uzanan bir yelpazeden söz ediliyor olsa da, birçok hizmetin sunumunda somut yönler, birçok malın sunumunda da hizmetler ve soyut unsurlar bulunmaktadır. Dolayısıyla çoğu zaman hizmeti bir malın

bütünleyicisi ya da malı hizmetin bir parçası olarak değerlendirmek gerekli ve hatta zorunludur. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse hizmetten arındırılmış bir malı ya da maldan arındırılmış bir hizmet sunmak çoğu zaman olanaksızdır (Gümüőğlu vd., 2007: 12). Uçak yolculuğu yapıldığında bir hizmet satın alınmış olur ama bunun yanı sıra uçakta verilen yiyecek ve içecekler somut birer ürün olarak karşımıza çıkmakta ve alınan hizmetin tamamlayıcısı olmaktadır.

1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI

Birçok çeşidi olan hizmetler, çeşitli kriterlere göre sınıflandırılabilmele beraber bunlardan nispeten daha basit, az soyuttan çok soyuta doğru üç ana grup oluşturulabilir. Mucuk (2009: 306)'a göre bunlar;

- İnsana bağılı olarak verilen hizmetler; mali müşavirlik, doktorluk, avukatlık, koruma görevliliğı.
- Malla ilgili hizmetler; garantiler, kurma-takma, bakım-tamir, yedek parça.
- Ekipmana dayalı hizmetler; kuru temizleme makinası, çim biçme makinası, taksi, otobüs veya havayolu ile seyahat.

Ghobadian vd. (1994: 43), hizmetlerin ve hizmet sektörlerinin çeşitli ve karmaşık olduğunu ifade ederek hizmetleri şu şekilde sınıflandırmıştır:

- Kar amaçlı özel hizmetler; oteller, havayolları, mimar, avukat, perakendeciler, eğlence, bankalar, restoranlar, sigorta şirketleri, reklam ajansları, danışmanlık firmaları, pazar araştırma şirketleri ve iletişim hizmetleri.
- Kar amacı gütmeyen özel hizmetler; hayır kurumları, kiliseler, araştırma vakfı, sanat vakıfları.
- Ulusal ve yerel hükümet hizmetleri; eğitim, sağık, sosyal güvenlik, polis, ordu, ulaşım, hukuki, kredi hizmetleri.

Gümüőğlu vd. (2007: 15), işletmenin faaliyette bulunduğu pazarın tipi, kar amaçlı olup olmaması, gelir kaynakları, çalışanların nitelik derecesini sınıflandırmada birer ölçüt olarak kabul edip ayrıca müşteri temas düzeyinin derecesine göre de düşük temas düzeyine sahip olanların ekipmana bağılı olduğunu yüksek temas düzeyine sahip hizmetlerin ise insanlar tarafından yönetildiğini ifade etmişlerdir.

Tek (1999: 428), ise bir diğer sınıflandırmayı endüstri kollarına göre yapmıştır. Bu hizmetleri; eğlence hizmetleri, tıbbi hizmetler, eğitim hizmetleri, kişisel bakım hizmetleri (temizlik, çamaşır, kuaför), aile ile ilgili hizmetler (elektrik, su), sigortacılık, bankacılık ve diğer finansal hizmetler, profesyonel hizmetler (avukatlık, mali müşavirlik), ulaştırma, taşımacılık hizmetleri ve günümüzde oldukça gelişmiş olan iletişim hizmetleri (internet, televizyon, telefon, bilgisayar) olarak çeşitli kısımlara ayırmaktadır.

Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) de, hizmetleri on kategoride sınıflandırmaktadır (Grove vd., 1996: 59):

- Sağlık hizmetleri,
- Finansman hizmetleri,
- Konaklama, seyahat ve turizm hizmetleri,
- Spor, sanat ve eğlence hizmetleri,
- Profesyonel mesleki hizmetler,
- Dağıtım kanalı, fiziksel dağıtım ve kiralama hizmetleri,
- İletişim hizmetleri,
- Bireysel ve bakım-onarım hizmetleri,
- Eğitim ve araştırma hizmetleri,
- Kamu yararına, kısmi kamu yararına ve kar amacı gütmeyen hizmetler.

1.4. HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ

Hizmetlerin çok çeşitli alanlara dağılmış olması, fiziksel ürünlerden hem niteliklerine göre hem de pazarlama özelliklerine göre ayrılması hizmetlerin kendine özgü bazı özelliklerini ortaya koymaktadır. Bunları dört farklı başlık altında toplayabiliriz. Bu özellikler;

- soyutluluk (elle tutulamamazlık),
- ayrılmazlık,
- heterojenlik (değişkenlik),
- ve dayanıksızlıktır.

1.4.1. Soyutluluk

Hizmetler soyut varlıklar olduklarından, mallarda olduğu gibi görünemezler. Vitrinlerde teşhir edilemezler, sadece bu hizmetleri tüketenlerin tavsiyelerinden yola çıkılarak onlar hakkında bilgi edinilebilir (İslamoğlu vd., 2006: 19). Fiziksel mal değil performans olmaları sebebiyle düzenli kaliteyi sağlayacak üretim özellikleri belirlemek zordur. Birçok hizmet sayılamaz, ölçülemez, test edilemez, stoklanamaz ve kaliteyi sağlayacak şekilde doğrulanamaz (Tek, 1999: 429).

Tüketiciler hizmetlerin belirsizliğini azaltmak ve satın aldıkları hizmetlerin kalitesini anlayabilmek için; ekipmana, mekana, insanlarına ve iletişim materyallerine bakarlar (Kotler ve Keller, 2014: 358). Hizmet işletmesi soyut malını somuta dönüştürmek için çaba göstermelidir çünkü ancak bu şekilde rekabet üstünlüğü sağlanabilir. Buna bir otelin şık görünüşü, otelin müşterilerine hatıra olarak hediyeler vermesi örnek olarak gösterilebilir (Mucuk, 2009: 307).

1.4.2. Ayrılmazlık

Ayrılmazlık özelliği, hizmetin üretildiği ve sunulduğu zaman ile tüketicinin bu hizmet sürecinde birlikte olmasıyla ilgilidir (Gümüsoğlu vd., 2007: 19).

Hizmetler süreçtir, müşteriler de hizmet üretim sürecine katılırlar. Ayrıca diğer müşterilerin de aynı üretim ortamında bulunmaları işleri daha karışık ve zor duruma sokabilir. Hizmetlerin meydana gelebilmesi için satıcının ve alıcının aynı anda, aynı ortamda bulunması gerekir. Genellikle müşteriler hizmetin üretildiği yere gitmek zorundadır. Müşteri ve kuaförün bir arada olmadığı bir saç kesimini hayal etmek oldukça zordur (Gilmore, 2003: 11).

1.4.3. Heterojenlik

Hizmetlerin yapısı heterojendir. Hizmetin içeriği ve kalitesi, hizmeti veren kişiden kişiye, müşteriden müşteriye hatta günden güne değişiklik gösterebilir ve standart hale getirilmesi zorlaşabilir (Parasuraman vd., 1985: 42). Hizmetler teknolojiye göre insana bağlı olduğundan fiziksel mallarda olduğu gibi standartlaştırmak ve bu şekilde sunmak mümkün değildir. Bazen aynı hizmeti aynı kişiler bile aynı şekilde sunamazlar (İslamoğlu vd., 2006: 20).

Hizmet işletmeleri sundukları hizmetin kalitesini yükseltmek için farklı kişilere veya farklı zamanlarda değişik kalitede değil, istikrarlı bir şekilde aynı hizmeti vermek konusunda ayrıca bir özen göstermek zorundadırlar. Hizmette heterojenliği gidermek için, personelin titizlikle seçilmesi, eğitilmesi, kalite için motive edilmesi, işe alıştırma programlarının uygulanması, iyi bir denetim sistemi ile etkili bir geri bilgi akışı düzeninin kurulması gerekir (Mucuk, 2009: 308).

1.4.4. Dayanıksızlık

Hizmetlerin doğası göz önüne alındığında, hizmetleri saklayamaz ve yeniden kullanamayız. Dolayısıyla gerektiği zamanda hizmetlerin sunumunu yapmak, fırsatları değerlendirmek hizmet sağlayıcılar için önemlidir (Gilmore, 2003: 11).

Bir başka yönden bakıldığında, dayanıksızlık özelliğinin bir sonucu olarak, hizmetlerin mallarda olduğu gibi son kalite kontrolünün de yapılması olanaklı değildir. Hizmet sunucu hizmeti ilk defasında ve her defasında doğru olarak sağlamalıdır (Ghobadian vd., 1994: 45).

1.5. HİZMET ve MAL KARŞILAŞTIRILMASI

Hizmetler, kendine özgü nitelikleriyle mal dediğimiz fiziksel ürünlerden birçok açıdan ayrılmaktadır. Bunları şöyle sıralayabiliriz (Yumuşak, 2006: 17):

- Hizmetlerin soyut, malların somut çıktıları vardır.
- Hizmetler emek yoğun, mallar sermaye yoğun olarak üretilir.
- Hizmetler üretilirken her defasında aynı çıktıyı vermeyebilir, mallar standartlaştırılabilir.
- Hizmet üretiminde müşterinin öncelikle talebinin olması gerekir, mal üretimine müşteri doğrudan katılmaz.
- Hizmetin üretim ve tüketimi aynı anda yapılır, mallarda önce üretim sonra tüketim yapılır.
- Hizmet sektörünün maddi getirisi çoğu zaman mal sektörüne göre daha fazladır.
- Hizmet sektöründe mal sektörüne göre müşteriyle daha yakın ilişki kurulur ve arada duygusal bağ gelişir.

- Hizmet sektöründe üretim ve tüketim aynı yerde yapılır, hizmeti alanın da verenin de aynı anda aynı yerde olması gerekir, mal sektöründe ise üretim yapıp depolanabilir ve sonra da tüketiciye ulaştırılır.
- Hizmetlerin çıktısı soyut olduğundan kalite kontrolünü yapmak zor olabilir, denetimi tüketiciye kalır. Memnun kalırsa bir daha aynı hizmeti talep edebilir, memnun kalmazsa şikayette bulunabilir ve bir daha o hizmetten faydalanmak istemez. Mal sektöründe ise, kalite kontrolünde İSO ve TSE belgeleri gibi belirli standartlar vardır.

İslamoğlu vd. (2006: 16), mallarla hizmetler arasındaki farklılıkları pazarlama açısından Tablo 2’de şu şekilde ifade etmektedir:

Tablo 2: Mallarla Hizmetler Arasındaki Farklılıklar

	MALLAR	HİZMETLER
Felsefe	Pazarda hangi ihtiyaçlar var ve bu ihtiyaçlar ne tür mallarla karşılanabilir sorusundan hareket edilir. Üreticiler standart ürünleri belirli merkezlerde üretir ve dağıtırlar.	Tüketicilerin sorunlarından hareket edilir ve bu sorunları karşılayacak hizmetlerin neler olabileceği düşünülür. Dağıtım tüketicilerle ilişki biçiminde yürütülür.
Araştırma ve Geliştirme	Uzun süreçlere ve maliyetlere dayalı araştırmalara gerek vardır. Risk yüksektir. Gizli çalışma bir zorunluluktur. Özel isteklere göre ürün dizayn etme maliyeti yüksektir. Patent haklarını korumak kolaydır.	Bilinen teknolojiye dayalı ve araştırma yapmaya fazla gerek duyulmayan, kopya etmeye ya da uyarlamaya dayalı ticari geliştirme hakimdir.
Sermaye	Genellikle yoğun sermaye ihtiyacı vardır. Planlama zaman bakımından önemlidir. Ekipman teknoloji ve üretim kapasitesi önemlidir.	Genellikle daha düşük yatırıma gerek duyulur. Sermaye daha yüksek dönüşümlüdür.
Hammadde	Fiyat yüksek ve değişkendir. Ekonomik ve siyasi durum etkilidir. Enerji önemli ve maliyeti yüksektir.	Ekonomik ve siyasi duruma daha az bağımlıdır. Üretim için daha az önemlidir.
Üretim	Teknolojiye bağımlıdır. Üreticinin aracı ve tüketici ile yüz yüze gelmesini gerektirmeyen bir üretim ve dağıtım vardır.	Teknolojiye daha az bağımlıdır. Üretici ile tüketicinin yüz yüze gelmesini gerektiren bir üretim ve dağıtım vardır.

Fiyatlandırma	Maliyete, talebe ve rekabete yönelik bir fiyatlandırma vardır. Fiyat artırmak zordur. Fiyat düşürmek rakiplerin stratejilerine bağlıdır.	Faydaya ve değere dayalı fiyatlandırma vardır. Karşılaştırma zor olduğundan farklılaşma daha kolaydır.
Tutundurma	Elle tutulabilir ürün vardır. İmaj, markaların daha çok fiyat, tutundurma ve dağıtım özelliklerine bağlıdır.	Elle tutulamazlar. İmaj, daha çok kavramsal ve duygusal motiflere bağlıdır.

Kaynak: İslamoğlu vd., 2006: 17

1.6. HİZMET PAZARLAMASI ve FAYDALARI

Hizmetlerin ve malların pazarlanması faaliyetlerinin başlangıcı tarihsel olarak aynı zamanlara dayanıyor olsa bile, mal pazarları hizmet pazarlarına göre çok daha hızlı gelişmiş ve malların pazarlanmasına öncelik verilmiş, böylece hizmet pazarlaması literatürlerde oldukça az yer bulmuştur. Ama zaman geçtikçe toplumun gelirinin ve refahının artması, insanların boş vakitlerini değerlendirme isteği ve birçok sebepten hizmet endüstrilerinde yaşanan hızlı gelişmeler hizmet pazarlamasına olan ilginin artmasına neden olmuştur (İslamoğlu vd., 2006: 17).

Hizmetlerin başlıca özelliklerinden olan soyutluluk, ayrılmazlık, heterojenlik ve dayanıksızlık, hizmet pazarlamasını bazı yönlerden ürün pazarlamasından farklı kılmaktadır. Tüketici fiziksel bir ürün almak istediğinde ürüne ulaşması onun için yeterlidir. Ancak hizmet sektöründen bir ürüne sahip olmak istediğinde ürünün yanı sıra ortam, güler yüz, ilgilenen kişinin ikna edici olması ve güven tüketici için çok daha önemlidir.

Bundan dolayıdır ki Solomon vd. (1985: 99), hizmet pazarlamasını, “nesnelerin değil, faaliyet ve süreçlerin pazarlaması” olarak ifade etmektedir.

Buyruk (1999: 228) ürün ve hizmetin üretimindeki ve sunumundaki farklılıkların geleneksel pazarlama karması ile hizmet pazarlaması karması bileşenlerinin farklılığı sonucunu doğurduğunu ve bu bileşenlerin ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmaya ek olarak insanlar, fiziksel görünüm ve süreç olduğunu ifade etmiştir.

Hizmet pazarlaması ürün pazarlamasına göre daha karışıktır ve dolayısıyla bazı ek unsurlara ihtiyaç vardır. Hizmet pazarlamasında üç ayrı boyut söz konusudur (Mucuk, 2009: 309):

1. *Dışsal pazarlama*; somut ürünlerin pazarlanmasında geleneksel olarak kullanılan ürün (pazarlanacak nesnenin hazırlanması), fiyat, dağıtım ve tutundurma faaliyetleridir.
2. *İçsel pazarlama*; müşterilerin daha kaliteli hizmet almalarını sağlamak için, çalışanlara eğitim vermek ve motive etmektir. Malların pazarlamasında tüketicilerin bu ürünleri nasıl aldığı kaliteyi etkilemezken; hizmet işletmelerinde kalite, hem hizmetlerin sunuluş şeklinden hem de hizmeti verenden etkilenmektedir. Bu nedenle içsel pazarlama dışsal pazarlamanın önüne geçmiştir.
3. *İnteraktif pazarlama*; bu kavram hizmetlere özgü olarak geliştirilmiştir. Müşteriye hizmeti sunarken sunan kişinin sadece hizmeti sunması değil bunun yanında müşteriye yakın ilgi göstermesi ve müşteriyle iyi iletişim kurması demektir. Bu nedenle hizmeti sunanların insan ilişkilerinde bilgili, çok yetenekli ve hassas olmaları gerekmektedir.

Hizmet pazarlaması faaliyetlerinin başlıca amacı işletmelerin hedefini gerçekleştirmesine aracı olmaktır. Ayrıca işletmenin kar maksimizasyonu, zarar minimizasyonu, pazar payını artırmak gibi amaçlarına ulaşmasında kullanılmasıdır. Diğer taraftan da hizmet pazarlaması uygulamalarının sonucu ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir (İçöz, 1999):

- İşletmedeki tüm bölümlerdeki personel ve yöneticiler aynı amaca ulaşmaya çalışır (amaç birliği).
- Daha memnun müşteri portföyü oluşturulur.
- Belirlenen müşteri istekleri ve müşterilerin hizmetten beklentileri ile müşteri memnuniyeti düzeyi arttırılmaya çalışılır.
- Tüketicilerin istek, ihtiyaç ve beklentilerindeki değişiklikler zamanla saptanır ve bu değişikliklere karşı gerekli düzenlemeler zamanında yapılır.
- Başarılı pazarlama programlarının devamı getirilirken, başarısız olanlar kullanımdan kaldırılır.
- Hizmetlere ilişkin tutundurma faaliyetleri, tüketicilerin algılarıyla uyumlu olarak gerçekleştirilir.
- Artan iş birliği, daha iyi hizmetler ve daha mutlu tüketiciler ortaya koyar.
- Gerektiğinde diğer hizmet işletmeleriyle işbirliği yapılarak müşteri memnuniyeti artırılır.

- Pazarlama çabaları ve pazarlamaya harcanan para ve insan kaynakları daha verimli olarak kullanılmaya çalışılır.
- Hizmet sunulan işletmelerin araştırmaları ile belirlenen güçlü yönleri ortaya konulmakta, zayıf yönleri ise geliştirilmektedir ve bu sayede pazar fırsatları değerlendirilebilmektedir.

1.7. KALİTE KAVRAMI ve ÖNEMİ

Kalite kavramı gündelik hayatımızda, iş hayatında ve çevremizde sıklıkla kullanılan bir kelime olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram kişi algılarına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bazen satın aldığımız bir ürünün beklentimizi karşılaması bizim için o ürünü kaliteli yaparken, başka biri için aynı ürün kaliteli olmaktan çok uzaktadır.

Her şeyin bir değişim sürecine girmesiyle birlikte insanoğlunun daima ‘daha iyiyi ve daha güzeli arama’ fikrinin değişmediği bir gerçektir. Ürün çeşitliliğinin arttığı, ürün yaşam eğrilerinin kısaldığı ve ürün kalitelerinin farklılaştığı günümüzde müşteri, ne istediğini, satın alacağı ürünün ne gibi özellikler taşıması gerektiğini bilen ve ürünle ilgili isteklerini ifade ederek işletmeleri yönlendiren çok önemli bir güç konumundadır. Ürün sayısındaki ve çeşitliliğindeki artışla birlikte müşterilerin daha rasyonel ve bilinçli hale gelmeleri, klasik olarak ‘ne üretirsem satarım’ anlayışının önemini yitirmesine ve ‘kalite’ olgusunun ön plana çıkmasına yol açmıştır (Yılmaz ve Eleren, 2011: 352).

Kalite kavramı, insanlık tarihi boyunca ele alınmış olup günümüzde de asla vazgeçilmeyecek bir konu olarak önemini sürdürmektedir. Kalite ve iyi hakkındaki önemli tartışmaların Socrates, Plato, Aristo ve diğer Yunan filozofları tarafından başlatıldığını görmekteyiz. Yunanlılar için ideal, *areta* yani mükemmelliktir. Bu *areta* (mükemmellik) tanımı; yarış atları, iki tekerlekli at arabalarının sürati ve dayanıklılığı, erkeklerin moral, entelektüel, fiziki ve pratik olarak mükemmelliği anlamında kullanılmıştır. Hatta Plato için *areta* mutlaktır. Bu kavramın, iyi, en yüksek yapı, her şeyin en iyisi gibi çeşitli olaylarda kullanıldığı görülmektedir (Reeves ve Bednar, 1994: 420).

Kalite kavramı, insanların ve sistemlerin ‘hata yapması’ ve ‘mükemmele ulaşma isteği’ olgusundan ortaya çıkmıştır. Latince nasıl oluştuğu anlamına gelen ‘Qualis’ kelimesinden türemiş ve ‘Qualitas’ kelimesiyle ifade edilmiştir (Gümüşoğlu

vd., 2007: 39).

Kalitenin çok boyutlu olması, kişilere duruma ve zamana göre kalitenin değişmesi kaliteyle ilgili birçok tanımla karşı karşıya kalmamıza sebep olmaktadır. Bunlardan biri olarak Kobu (2008: 515), kaliteyi mutlak anlamda en iyi olarak değil, fakat amaca uygunluk derecesi olarak tanımlamaktadır.

Kalite, konunun önde gelen uzmanları ve çeşitli kuruluşlar tarafından aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (Bozkurt, 1994a: 107):

- Kalite, bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerinin tümüdür (Amerikan Kalite Kontrol Derneği-ASQC).
- Kalite, bir malın ya da hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesidir (Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu-EOQC).
- Kalite, bir ürünün gerekliliklere uygunluk derecesidir (P.Crosby).
- Kalite kullanıma uygunluktur (J.M.Juran).
- Kalite, ürünün sevkiyattan sonra toplumda neden olduğu minimal zarardır (G. Taguchi).

Kalitenin bu şekilde farklı tanımlara sahip olması kalitenin çok boyutlu özelliklere sahip olmasından doğmaktadır. Garvin (1984: 30), kaliteyi tanımlayan birbirinden farklı sekiz boyutu şöyle açıklamıştır:

1. Performans (fonksiyonellik / işlevsellik): Üründe bulunan birinci

özellikler, yani ürün ve hizmetin işlevini yerine getirebilme yeteneğidir. Buna bir televizyon örnek verilecek olursa, televizyonun ses, görüntü ve renk kalitesinin olması, uzak istasyonlardan sinyal alabilme yeteneğidir.

2. Özellikler: Ürünün veya hizmetin çekici olmasını sağlayan bir takım özelliklerdir. Mamulün esas işlevinin dışında kalan ama mamulün kalitesini tanımlayan diğer karakteristiklerdir. Bir uçak yolculuğunda ücretsiz içecek hizmeti buna örnek verilebilir.

3. Güvenilirlik: Bu boyut ürünün kullanım ömrü içerisinde performansın sürekliliğini gösterip, malın özelliklerinin ve kalite karakteristiklerinin varlığına ve vaat edilen süre içinde devam edeceğine olan güveni tanımlar.

4. Uygunluk: Bu boyut önceden belirlenen özelliklere, belgelere ve standartlara uygunluğu gösterir.

5. Dayanıklılık: Ürün ömrünün bir ölçüsüdür. Ürünün fiziksel olarak

bozulmadan önceki kullanılabilme süresidir.

6. Hizmet Görürlük: Bu boyut ürüne ilişkin sorun ve şikayetlerin kolay, hızlı ve nezaket içinde çözülebilirliğini ifade eder. Satış sonrası hizmetler olarak da tanımlanabilir.

7. Estetik: Ürünün cazibesi, nasıl görüldüğü, sesler, tatlar, kokular kısaca duylara seslenebilme yeteneğidir.

8. Algılanan Kalite: Ürünün kullanılırken tüketicide bıraktığı kalite izlenimidir. Kalite algılamaları estetik gibi öznel bir boyuttur. Çünkü tüketici her zaman ürünün bütün özellikleri hakkında tam bilgiye sahip olamaz.

Kalite, hem mal hem hizmet üreten işletmeler için dikkatle ele alınması gereken bir kavramdır. Kalite kavramının doğru bir şekilde algılanması ve işletmenin diğer fonksiyonlarına entegre edilmesi ile genel kalite düzeyi yükselir, böylece rekabet üstünlüğü elde edilerek işletmelerin pazar payları artar ve prestij sağlanır. Yine kaliteli ürünler sunmanın sosyal boyutu olarak toplumların hayat standartlarında yükselme görülmesi kalitenin topluma kattığı değerlerdendir (Gümüšoğlu vd., 2007: 52). Kaliteli ürün kullanmak psikolojik açıdan da büyük önem taşımaktadır. Satın aldığı ürünün kaliteli olduğu kanısına varan tüketici aldığı üründen memnun kalarak mutlu olur ve ürün için yaptığı ödemeden dolayı pişmanlık yaşamaz.

1.8. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI ve BOYUTLARI

Gerek fiziksel malların gerekse hizmet ürünlerinin kaliteli olması, 1980'lerden itibaren üretim ve pazarlamanın önceliklerinden biri olmuştur. Bu önceliğin belirgin nedenlerinden biri, işletmelerin ancak kalite sayesinde müşterileri uzun süre ellerinde tutabileceklerini ve hayatta kalabileceklerini anlamalarıdır. Fiziksel mallardaki kalitenin tanımlanması kolay, ölçümü de yüksek bir doğruluk düzeyine sahip iken, hizmetler için aynı şeyi söyleyebilmek mümkün değildir. Bunun en önemli nedeni, hizmetlerin somut nesnelerden çok birer süreç ve performans olmaları, bu sebeple hizmet kalitesinin ölçülmesinin, envanterinin yapılmasının ve test edilmesinin çoğu kez mümkün olmamasıdır (Zeithalm vd., 1988: 35).

Yine Chow ve Luk (2005: 279)'a göre firmaların pazar payı ve karlılıklarını artırmak için kaliteli ürün sunmaları hayati önem taşımaktadır.

İşte tüm bu nedenlerden dolayı yeni bir kalite kavramı olarak hizmet kalitesi ile karşı karşıya kalınmaktadır.

Parasuraman vd. (1985: 42), hizmet kalitesinin “tüketicilerin beklentilerinin ne derecede karşılandığının göstergesi” olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı şekilde Altman ve Helms (1995: 45)’e göre, “Hizmet kalitesi, verilen hizmet düzeyinin müşterinin beklentisini ne oranda karşıladığının bir ölçüsüdür”. Brysland ve Curry (2001)’ye göre (aktaran Smith vd., 2007: 335) “hizmet kalitesi tüketiciyi memnun edecek ve bu tüketiciye bir miktar değer katacak biçimde bir şey sağlamakla ilgilidir”.

Bu tanımların ortak noktası, tüketicilerin hizmetlerden ne beklediği ve beklentilerinin ne kadar karşılandığıdır. Bir işletmenin sunduğu hizmetin kaliteli olabilmesi için, müşterinin zihnindeki beklentiyi karşılayabilmesi gerekmektedir. Hizmetlerin eş zamanlılık özelliğinden dolayı üretim ve tüketimin bir arada olması, hizmetin sonuçtan ziyade bir süreç olması, hizmetin sunumu esnasında yaşanan problemlere getirilen çözümler hizmetin kalitesini belirleyen önemli unsurlardandır.

Hizmetlerin kaliteli olması hizmet sektöründe olduğu kadar üretim sektöründe de büyük öneme sahiptir. Üretim sektöründe ek hizmetler kategorisine giren ve fiziksel ürünlere eşlik eden hizmetlerin kalitesini artırmak rekabet üstünlüğü yaratan bir unsur haline gelmiştir. Dolayısıyla işletmeler kaliteli ürün üretmekle beraber, verimliliği artırmak, müşteri sadakatini sağlamak, farklılık yaratmak, rekabet edebilmek ve kamuoyunda olumlu bir imaj yaratmak için hizmet kalitesini de yükseltmek zorundadır (Sevimli, 2006: 13).

Bütün işletmeler için rekabetin temel anahtarı müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır. Bu durum hizmet işletmeleri için de değişmemektedir. Müşteri memnuniyeti ise sunulan hizmetin niteliğiyle ilişkilidir (Kılıç ve Eleren, 2009: 2).

İşletmelerin kaliteli hizmet sunmaları için kaliteyi etkileyen faktörleri, müşterilerin kalite algılarını, beklentilerini dikkate almaları ve hizmet kalitesi kriterlerini incelemeleri gerekir. Bununla ilgili yıllarca akademik çalışmalar yapılmış ve birçok boyut ortaya konulmuştur. Hizmet kalitesi prosedürel ve davranışsal boyut olarak incelenebilmektedir. Bu iki boyut birbirini tamamlamaktadır. Prosedürel boyutu tam olan bir hizmetin davranışsal boyutunda sorunlar varsa hizmet kalitesi tam olarak gerçekleşmemiştir. Bu boyutlar Tablo 3’te şu şekilde gösterilebilir:

Tablo 3: Hizmet Kalitesinin Prosedürel ve Davranışsal Boyutları

Prosedürel Boyutlar	Davranışsal Boyutlar
Hizmet (İş) Akışı Zamanlama Uygunluk Beklentiler İletişim Geri besleme Etkin yönetim	İlgi Vücut dili Ses tonu İncelik İsimle hitap Dikkat Rehberlik Önerili satış Sorun çözme

Kaynak: William, 1986'dan aktaran (Gümüsoğlu vd., 2007: 104)

Prosedürel ve davranışsal boyutların dışında yıllarca devam eden çalışmalar sonucunda hizmet kalitesinin genel kabul görmüş on boyutundan şöyle bahsedilebilir (Zeithalm vd., 1990: 21-22):

Fiziksel Unsurlar: Ortam, malzeme, teçhizat, ekipman, organizasyon ve personelin görünümü.

Güvenilirlik: Söz verilen hizmeti dikkatli ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirme.

Heveslilik: Daima yardıma hazır olmak, hızlı hizmet sunmak, ilgili ve istekli olmak.

Yetkinlik: Hizmeti gerçekleştirebilmek için gerekli bilgi ve beceri.

Nezaket: Saygılı olmak, kibarlık ve içtenlik.

Dürüstlük: Hizmet üreticisinin inandırıcılığı, dürüstlüğü ve güven.

Güvenlik: Tehlike, risk ve şüpheden uzak olmak.

Ulaşılabilirlik: Müşterinin istediği yer ve saatte kesintisiz hizmet.

İletişim: Müşterileri dinlemek, müşterilerin anlayacağı dilden müşterileri bilgilendirmek.

Müşteriyi Anlamak: Müşteriyi ve ihtiyaçlarını anlamak için çaba göstermek.

Parasuraman vd. (1994: 113)'nin, çalışmaları devam ettikçe yapılan faktör analizleri sonucunda, bu on boyuttan bazılarının aralarında kuvvetli ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ilişki nedeniyle boyutlar ondan beşe indirilmiştir. Bunlar;

- Fiziksel unsurlar
- Güvenilirlik
- Yeterlilik (heveslilik, yetkinlik)
- Güven (saygı, inanılabilirlik, güvenlik)

- Empati (ulaşılabilirlik, iletişim, müşteriyi anlamak)

Kabul görmüş bu boyut çalışmalarının yanı sıra çeşitli boyut önerilerinde bulunan araştırmacılar da olmuş ve zamanın önemli bir boyut olduğunu öne sürmüşlerdir. Hizmetin kalite boyutu olan zaman şöyle sıralanabilir (Yumuşak, 2006: 32):

- *Erişim Süresi*: Müşterinin hizmete ulaşmak istemesiyle başlayıp firmanın bunu gerçekleştirmek için çaba göstermesi ve bu çabanın başarıya ulaşmasıyla sona eren süredir. Örnek olarak çalan telefonların % 80'ine ilk 15 saniye içerisinde cevap verme, verilebilir.
- *Kuyruk Süresi*: Bazı hizmetlerde kuyruğa girme gerekebilir. Böyle durumlarda tüketici bekleme süresini belirleyen kuyruk uzunluğu ve kuyruk bütünlüğü dikkate alınır. Kuyruk uzunluğu için hizmet işletmesi geçmiş deneyimlerine bakarak bir planlama yapmalıdır. Kuyruk bütünlüğü için de bazı şirketler bir sıra numarası belirleyerek müşterileri sıraya koyup bekleme süresi boyunca onlara gazete, dergi gibi farklı hizmetler sunmaktadır.
- *Faaliyet Süresi*: Müşterinin siparişinin alınmasıyla başlayıp servisin yerine getirilmesiyle sona erer.

1.9. HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ

Yapılan çalışmalar sonucunda birçok hizmet kalitesi ölçüm modeli ortaya konulmuştur. Hizmet kalitesini ölçmeyle alakalı ilk çalışmalar 1982'de Grönroos ile başlamıştır. Burada, ölçeklerin ilki olan Grönroos'un modeli, araştırmalarda en çok tercih edilen ve uygulanan SERVPERF ve SERVQUAL ölçüm modelleri incelenecektir.

1.9.1. Grönroos Modeli

Grönroos, hizmet kalitesini ölçmek için 1982'de çalışmalara başlamış, 1984 yılında 'Algılanan Hizmet Kalitesi' modelini ve ölçeğini oluşturarak çalışmalarını tamamlamıştır. Bu model 'Nodric Model' olarak da bilinmektedir.

Bu model müşteri açısından, beklenen ve algılanan kalite olmak üzere iki tip hizmet kalitesi tanımlamıştır. Yüksek algılanan kalite, tecrübe edilen kalite beklenen

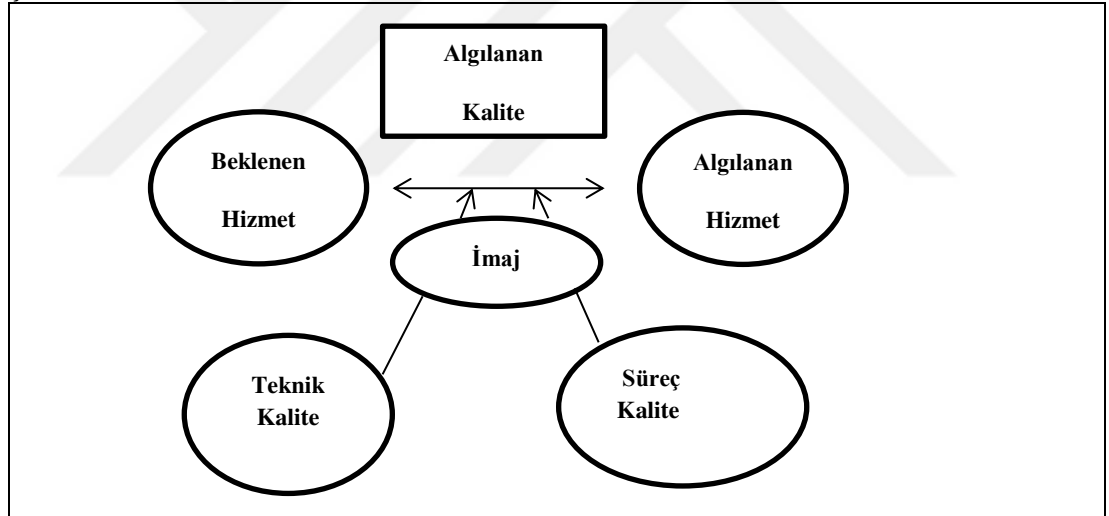
kalite ile eşleştğinde sağlanmaktadır (Grönroos, 1984: 37). Grönroos hizmet kalitesinde üç bileşen tespit etmiştir. Bunlar; teknik kalite, fonksiyonel kalite ve firma imajıdır.

Teknik kalite; tüketicinin firma ile etkileşimi sonucu ne elde ettiğidir ve hizmet kalitesini değerlendirmesi için önemlidir.

Fonksiyonel kalite; teknik kalite sonuçlarının nasıl alındığıyla ilgilidir. Bu tüketicilerin aldıkları hizmetle ilgili görüşleri için önemlidir (Seth vd., 2005: 916). Ayrıca teknik kalite, hizmet çıktısının kalitesini ifade ederken; fonksiyonel kalite, hizmetin sunum sürecinin kalitesini ifade etmektedir (Brady ve Cronin, 2001: 35).

Firma imajı; imaj hizmet firmaları için çok önemlidir ve ağırlıklı olarak teknik ve fonksiyonel kalite olmak üzere firmanın diğer faktörlerine (gelenek, ideoloji, fiyatlandırma, halkla ilişkiler) etki etmesi beklenir (Seth vd., 2005: 916). Grönroos'un modelini Şekil 3 ile gösterebiliriz.

Şekil 3: Nodric Modeli



Kaynak: Grönroos, 1984: 40

1.9.2. SERVPERF Ölçeği

Bu ölçeğin savunucuları, kavramsallaştırma ve hizmet kalitesinin ölçümünü ve bunun tüketici memnuniyetleri ve satın alma davranışları ile ilişkilerini araştırmıştır (Seth vd., 2005: 920).

Cronin ve Taylor (1992: 56), Parasuraman vd.'nin ortaya koyduğu hizmet kalitesinin beklenen kalite ve algılanan kalite arasındaki farkın ölçümüne dayandığı SERVQUAL ölçeğine eleştirilerde bulunarak, hizmet kalitesini bu farka göre

belirleyecek yeteri kadar kanıt olmadığını ileri sürmüşlerdir.

Yazarlar SERVQUAL ölçeğinin beklentiler kısmını kullanmayarak sadece hizmet üreticisi tarafından ortaya konulan performansa dayalı müşterilerin algılarına dayanan kısmı kullanıp ölçeği SERVPERF olarak adlandırmışlardır. SERVPERF SER: Service ve PERF: Performance kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur.

Yine Cronin ve Taylor (1994: 130), geliştirdikleri modelin, hizmet kalitesinin beklenen kalite ve algılanan kalite arasındaki farka dayandığı SERVQUAL ölçeğine göre daha sağlıklı olduğunu ve iki anket kullanmanın gereksizliğinin yanı sıra müşteri tatminini de göz önüne almadığını iddia etmişlerdir. Böylece SERVPERF modelinde müşteri tatmini ve hizmet kalitesi iki farklı madde olarak öne çıkmış, satın alma davranışlarının müşteri tatmini ile ilişkili olduğu iddia edilmiştir.

1.9.3. SERVQUAL Ölçeği

Hizmet sektörünün gelişmeye başlamasıyla birlikte bu sektördeki çalışmalar hız kazanmış, akademisyenler de bu sektör için çeşitli modeller ve ölçekler geliştirmeye çalışmışlardır. Bunlardan en çok üzerinde durulan, araştırılan ve eleştirilen GAP modeli ve bununla ilgili olarak geliştirilen SERVQUAL ölçeğidir.

Bu modelle ilgili çalışmalar 1983 yılında başlamış ve 1995 yılında tamamlanmıştır. 1991 yılında Parasuraman, Zeithalm ve Berry, bu ölçeği çeşitli sektörlerde uygulayarak geliştirmiş ve değişiklikler yaparak son haline kavuşturmuştur.

Ölçekte iki ana kısım bulunmakta ve birinci kısım beklentilerden oluşmaktadır. Bu kısımda müşterilerin beklentilerini anlamak için beş faktör altında 22 madde bulunmaktadır. Ölçeğin ikinci kısmı ise algılamalar bölümünden oluşmaktadır. Bu bölümde tüketicilerin hizmetten algılarını ölçen 22 madde bulunmaktadır (Zeithalm vd., 1990: 23).

Parasuraman vd. (1985: 43), bir dizi firma ve odak grupla derinlemesine görüşmeleri bir takım sorulara cevap bulmak için gerçekleştirmişlerdir. Bu sorular;

- Yüksek kaliteli hizmet sağlamak için sorunlar ve görevler nelerdir?
- Müşteriler hizmetlerde kalitenin önemli özelliklerini algılamak için ne yapar?
- Müşterilerin algıları ve hizmet pazarlayanların düşünceleri arasında farklılık var mı?

- Tüketici ve pazarlamacı algıları tüketici açısından hizmet kalitesini açıklayan genel bir modelde birleştirilebilir mi?

Parasuraman vd., öncelikle çalışmaları için bireysel bankacılık, hisse senedi alım satımı yapan finans kurumları, kredi kartı şirketleri ve ev eşyalarıyla ilgili tamir bakım yapan hizmet şirketleri olmak üzere dört farklı sektör seçmişlerdir. Bu sektörlerin farklı bölümlerdeki üst yöneticileriyle, müşteri ilişkileri ve pazarlama sorumluları olmak üzere her hizmet sektöründen en az üç dört yöneticiyle açık uçlu sorular sorularak derinlemesine görüşmeler yapmışlardır. Seçtikleri bu hizmet işletmeleriyle hizmet kalitesinde ortak noktalar yakalamaya çalışmışlardır.

Sadece yöneticilerle görüşülmemiş her işletmeden üç odak grup olmak üzere toplamda on iki odak gruba görüşmeler yapılmıştır. Bu odak gruplar sekiz veya on kişiden kadın erkek karışık bir şekilde ülkenin farklı yerlerinden seçilen kişilerle oluşturulmuştur. Bu gruplara; aldıkları hizmetten memnun olup olmadıkları, asıl hizmetin tanımı, hizmet kalitesinin nasıl olması gerektiği, hizmet kalitesini değerlendirirken önemli olan faktörler ve kalite fiyat ilişkisi ile ilgili sorular yöneltilmiştir.

Bu araştırmalar sonucunda birçok önemli bilgiye ulaşılmıştır. Hizmetin kaliteli olarak algılanabilmesi için beklentileri karşılaması hatta aşması gerektiği, daha önce yukarıda bahsettiğimiz hizmet kalitesini belirleyen boyutlarla ilgili bilgiler, müşterilerin hizmet kalitesi tanımları, hizmet kalitesinin beklenti ve algılar arasındaki farka dayanması gibi önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

Algılanan hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti almadan önceki beklentileri (beklenen hizmet) ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimini kıyaslamanın bir sonucudur. Müşterinin beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın derecesi ve yönü olarak değerlendirilmektedir. Beklentiler ise müşterinin hizmete ilişkin isteklerini ifade etmektedir (Saat, 1999: 109).

Hizmet kalitesini belirleyen beklenen ve algılanan hizmet arasındaki ilişki şu şekildedir:

- Beklenen hizmet > algılanan hizmet ise, algılanan kalite tatmin edici olmaktan uzaktır ve kabul edilemez bir kalite düzeyi oluşacaktır.
- Beklenen hizmet = algılanan hizmet ise, algılanan kalite tatmin edici olacaktır.
- Beklenen hizmet < algılanan hizmet ise, algılanan kalite tatmin edici

olandan daha yüksektir ve ideal kalite düzeyi oluşacaktır.

Bu araştırmalar sonucunda ortaya çıkan kilit noktalar şöyledir (Parasuraman vd., 1985: 42);

- Müşteriler için hizmet kalitesini değerlendirmek, malın kalitesini değerlendirmekten daha zordur.
- Müşteriler, hizmet kalitesini sadece hizmetin bir sonucu olarak değerlendirmekte, hizmet verme sürecini dikkate almamaktadır.
- Hizmet kalitesini değerlendiren tek kriter müşteri tarafından tanımlanmaktadır.

Parasuraman vd. (1985: 44), yapılan çalışmalar sonucu hizmet kalitesini etkileyen, gerek firma ve gerekse de müşteriyle alakalı boşluklar (farklar) tespit etmiş ve modeli ‘Boşluk (Gap) Modeli’ olarak adlandırmışlardır. Bu boşlukların ilk dördü, hizmeti sunan veya pazarlayan işletmeyle ilgili, beşincisi ise müşterinin kendisiyle ilgili olup aşağıdaki gibidir:

Gap 1: Müşteri beklentileri ile yönetimin algılamaları arasındaki boşluk.

Gap 2: Yönetimin müşteri beklentileri hakkındaki algılamaları ile algıların hizmet kalitesine aktarılması arasındaki boşluk.

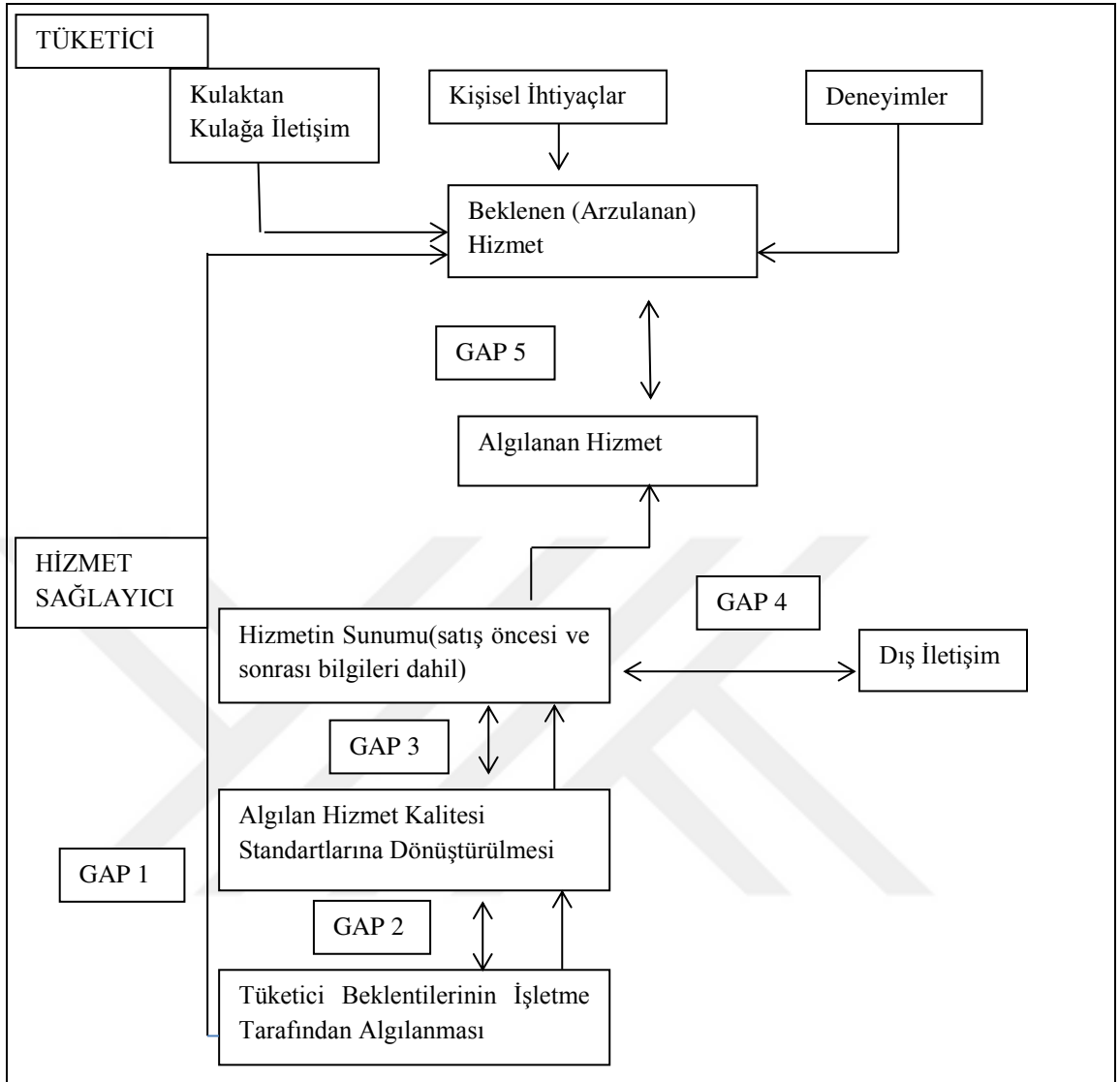
Gap 3: Gerçekleşen hizmet sunumunun oluşturulan hizmet kalitesi standartlarına uymamasından kaynaklanan boşluk.

Gap 4: Vaat edilen sunum ile gerçekleşen sunum arasındaki tutarsızlıktan oluşan boşluk.

Gap 5: Algılanan ve beklenen hizmet arasındaki fark.

Bu boşluklar Şekil 4 ile şöyle gösterilebilir:

Şekil 4: Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Parasuraman vd., 1985: 44

1.9.3.1. Müşteri Beklentileri İle Yönetimin Algılamaları Arasındaki Boşluk (Gap 1)

Gap 1'in büyüklüğü, Tablo 4'te yer alan pazarlama araştırması oryantasyonu, yukarıya doğru iletişim ve yönetim düzeyinin bir fonksiyonudur (Zeithalm vd., 1988: 38).

Tablo 4: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 1

Teorik Yapılar	Spesifik Değişkenler
Pazarlama Araştırması Oryantasyonu	• Pazarlama araştırmasının miktarı • Pazarlama araştırmasının kullanımı • Hangi pazarlama araştırmasının hizmet kalitesi sorunlarına ne derecede eğildiği • Yöneticiler ve müşteriler arasındaki direkt etkileşimin derecesi
Dikey İletişim	• Personel-yönetici iletişim düzeyi • Kilit noktalardaki personelden alınan bilgi düzeyi • Yönetici ve kilit noktalardaki personel arasındaki iletişim kalitesi
Yönetim Düzeyi	• Kilit noktalardaki personel ile yöneticiler arasındaki kademe sayısı

Kaynak: Zeithalm vd., 1988: 38

Bu yapılardaki iyileştirmeler, örnek verecek olursak; kaliteyi iyileştirmek adına iyi bir pazarlama araştırması yapılması, kilit noktalardaki personelle yöneticiler arasındaki kademe sayısının azaltılması, hizmet kalitesini etkileyen boşluklardan olan Gap 1'in daralmasını ve hizmetin kalitesinin daha iyi olmasını sağlayacaktır.

1.9.3.2. Yönetimin Müşteri Beklentileri Hakkındaki Algılamaları İle Algıların Hizmet Kalitesine Aktarılması Arasındaki Boşluk (Gap 2)

Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ve bu beklentileri karşılaması aşamasında oluşan ikinci türdeki boşluk, Tablo 5'te verildiği üzere, yönetimin hizmet kalitesine desteği, amaçların belirlenmesi, görev standardizasyonu ve fizibilitenin algılanmasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Zeithalm vd., 1988: 39).

Tablo 5: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 2

Teorik Yapılar	Spesifik Değişkenler
Hizmet Desteği	• Kaliteye kaynak ayrılması • İç kalite programlarının varlığı • Yönetimin kaliteye destek olunmasını algılama şekli
Amaç Belirleme	• Hizmet kalitesi ile ilgili amaç belirlemede formal bir sürecin varlığı
Görev Standardizasyonu	• Faaliyetleri standartlaştırmak için donanım teknolojisinin kullanımı • Faaliyetleri standartlaştırmak için yazılım teknolojisinin kullanımı
Fizibilitenin Algılanması	• Spesifikasyonları karşılamak için gerekli beceriler ve sistemler • Yöneticilerin müşteri beklentilerinin karşılanabileceğine dair inançlarının derecesi

Kaynak: Zeithalm vd., 1988: 39

Bu maddelerin titizlikle uygulanması, yani kaliteye kaynak ayrılması, kaliteye ulaşabilmek için bir amacın belirlenmesi, uygun teknolojinin kullanılması gibi uygulamalar ikinci boşluğu daraltıp kaliteye ulaşmak adına katkı sağlayacaktır.

1.9.3.3. Gerçekleşen Hizmet Sunumunun Oluşturulan Hizmet Kalitesi Standartlarına Uymamasından Kaynaklanan Boşluk (Gap 3)

Tablo 6’da görüldüğü üzere, takım çalışması, personel-görev uyumu, teknoloji-görev uyumu, algılanan kontrol, gözetimci denetim sistemleri, rol çatışması ve rol belirsizliği hizmet kalitesinde ortaya çıkan üçüncü farkın oluşumunda etkilidir (Değermen, 2006: 47).

Tablo 6: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 3

Teorik Yapılar	Spesifik Değişkenler
Takım Çalışması	• Çalışanların diğer çalışanları müşteri olarak görme düzeyi • Kilit noktalardaki personelin, üst düzey yöneticiler tarafından desteklendiklerini hissetme düzeyi • Kilit noktalardaki personelin, organizasyondaki diğer personelle uyum içinde olduklarını hissetme düzeyi • Çalışanların işletmeye bağlılığı ve işe katılımı hissetme

	düzeı
Personel- Görev Uyumu	• Çalışanların işin üstesinden gelebilme yetenekleri • Çalışanları seçim sürecinin önemi ve etkinliğı
Teknoloji- Görev Uyumu	• Araç ve teknolojilerin işin üstesinden gelebilme uygunluğı
Algılanan Kontrol	• Personelin işin inisiyatifiinin kendi ellerinde olduğıunu hissetme düzeyleri • Kilit noktalardaki personelin, müşterilerle iletişimlerinde esnek olduklarını hissetme düzeyi • Talebin tahmin edilebilirliğı
Gözetimci Denetim Sistemleri	• Müşteri beklentileri ile işletme beklentileri arasındaki algılama çatışması • Hizmeti sunmak için gerekli olan kırtasiye işlerinin miktarı • Müşterilerle direkt ilişki içinde olan personelin, bir hizmeti eksiksiz olarak sunabilmek veya müşterilerin sorularını yanıtlamak için işletme içinde kurdukları iletişim sayısı • Yönetim politikasının, hizmet kalitesi dizaynıyla çatışma düzeyi
Rol Belirsizliğı	• Hedef beklentilerin açıkça algılanması • Aşağı doğru iletişimin sıklığı ve kalitesi • Müşterilerle direkt ilişki içindeki personele verilen yapıcı geri besleme düzeyi • Yetki ve güvenin algılanan düzeyi • Kilit noktalardaki personelin ürün bilgisi • Kilit personele verilen ürün bazlı eğitim • Kilit personele verilen iletişim kurma eğitimi

Kaynak: Değermen, 2006: 47

Personel arasında iyi bir takım çalışması olması güzel bir sinerji oluşturmakta ve hizmet kalitesinin iyileşmesinde olumlu etkilerde bulunmaktadır. Yine personele kapasitelerine uygun görevler ve esnek hareket etme yetkisinin verilmesi ve tabloda verilen maddelerin olumlu yönde uygulanması bu boşluğu daraltarak kaliteyi iyileştirecektir.

1.9.3.4. Vaat Edilen Sunum İle Gerçekleşen Sunum Arasındaki Tutarsızlıktan Oluşan Boşluk (Gap 4)

Tablo 7’de görüldüğü gibi bu farkın oluşum nedenleri yatay iletişim ve aşırı vaat etmeye olan eğilimdir. Yatay iletişim, hem organizasyondaki bölümler arasında hem de bölümlerin kendi içindeki, yatay bilgi akışının olmasıdır (Zeithalm vd., 1988: 44). Aşırı vaat etmede ise hizmeti daha güzel gösterip hizmetin sunumu esnasında

bunların gerçekleştirilememesidir. Özellikle tatil mekanlarında konaklanacak yerlerin ve verilecek hizmetlerin olduğundan farklı gösterilip hayal kırıklığı yaşatması buna örnek gösterilebilir.

Tablo 7: Hizmet Kalitesi Yönetimi Gap 4

Teorik Yapılar	Spesifik Değişkenler
Yatay İletişim	• Reklam, planlama ve yürütme alanlarında faaliyet gösteren kişilerden gelen girdinin derecesi • Kilit noktalardaki personelin, müşterilerle olan iletişim gerçekleşmeden önce onlar hakkındaki bilgi düzeyleri • Satış ve operasyon bölümlerindeki personel arasındaki iletişim • Bölümler ve birimler arasındaki işlemlerin benzerliği
Aşırı Vaat Etmeye Olan Eğilim	• İşletmenin yeni işler yapmak için duyduğu baskının derecesi • İşletmenin rakiplerinin müşterilere aşırı vaatlerde bulunduklarını algılama ölçüsü

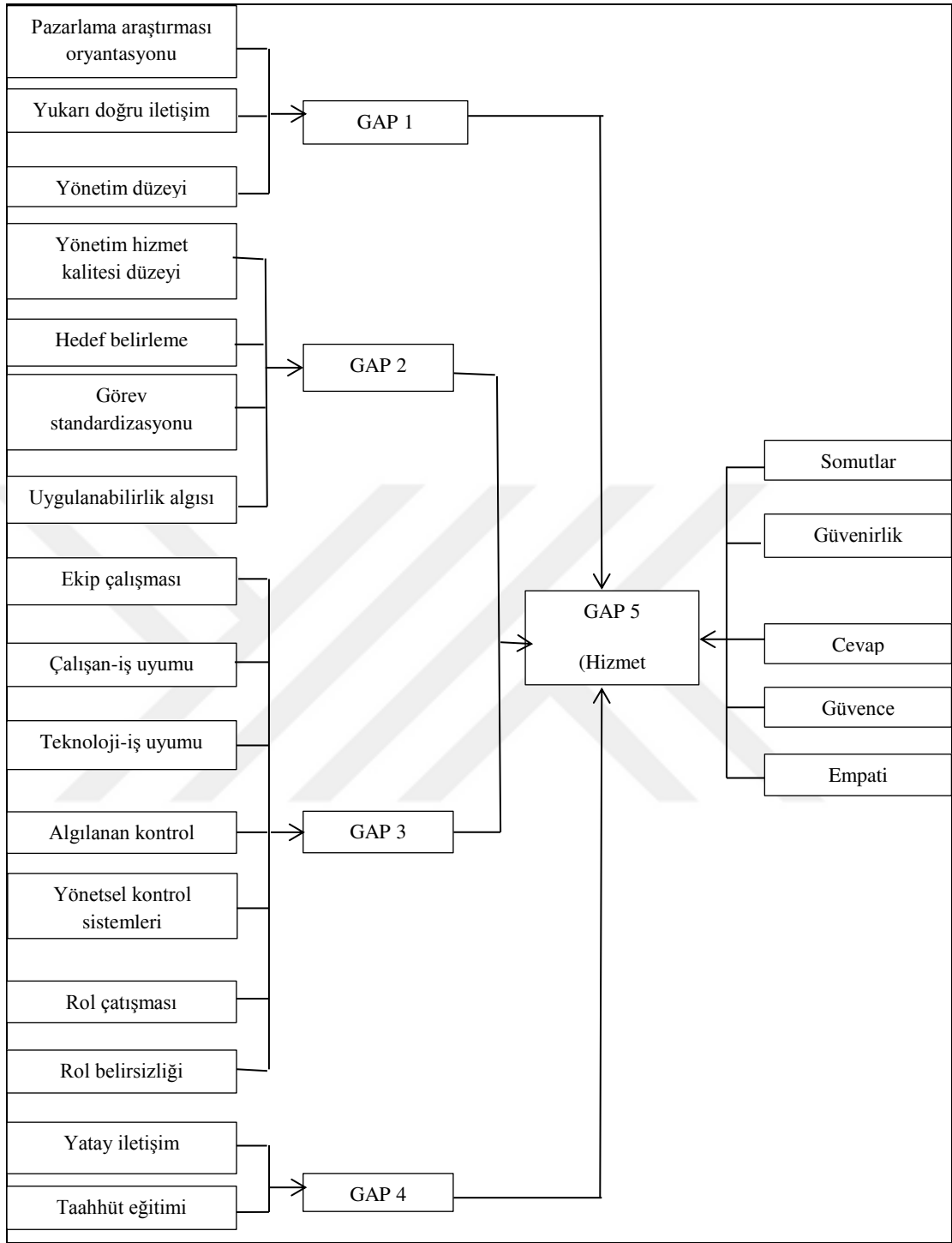
Kaynak: Zeithalm vd., 1988: 44

Organizasyondaki bölümler arasında ve bölümlerin kendi içlerinde güçlü bir iletişimin olması ve işletmelerin vaatlerde bulunurken aşırıya kaçmaması aradaki boşluğu azaltarak kalitenin iyileşmesine katkı sağlayacaktır.

1.9.3.5. Algılanan ve Beklenen Hizmet Arasındaki Boşluk (Gap 5)

Beşinci boşluk, müşteri beklentileri ve müşteri algılamaları arasındaki farktır. Diğer dört fark işletmeyle ilgili olurken bu fark müşterinin kendisiyle alakalıdır. Yine diğer dört boşluktaki artmalar ve azalmalar beşinci boşluğun artmasına ve azalmasına neden olacaktır. Zeithalm vd. (1988: 46) Şekil 4'ten yararlanarak Şekil 5'teki genişletilmiş hizmet kalitesi modelini oluşturmuşlardır. Bu modelde, oluşan boşlukların hangi maddelerin uygulanmasıyla kapanabileceğine yer verilmiştir.

Şekil 5: Genişletilmiş Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Zeithalm, 1988: 46

İKİNCİ BÖLÜM

EĞİTİM KAVRAMININ İNCELENMESİ

2.1. EĞİTİM HİZMETLERİNİN TANIMI ve ÖNEMİ

Eğitim, insan yaşantısının bir parçasıdır. Eğitim ve insan ya da birey kavramlarını birbirinden ayırmak pek mümkün değildir. Çünkü eğitim, daha çok küçük yaşlarda ilk olarak ailede başlamaktadır. Aile çocuğunun kendi kültür ve istekleri doğrultusunda büyümesini sağlamaya çalışmaktadır. Daha sonra bu süreç birey büyüdükçe belirli oranlarda aile sorumluluğundan çıkıp sosyal çevre ve çeşitli eğitimlerin verildiği kurumlara kaymaktadır.

Toplumlarda eğitim her zaman önemli bir yere sahip olmuş özellikle 1980’li yıllardan sonra ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre daha da önem verilen bir olgu halini almıştır. Bir toplumun kalkınmışlık ve gelişmişlik seviyesini o toplumu oluşturan bireylerin eğitim ve kültür seviyeleri belirlemektedir. Bireylerin eğitim seviyesi ve gelişmişlik düzeyinin ileri seviyede olması onları alanında uzman ve tercih edilen birey haline getirmektedir.

Eğitim, bilgi ile etkileşime girerek öğrenme ve bilgi üretmeyle kişisel anlamda iyi bir yaşam düzeyine ulaşmanın, toplum olarak ilerleyip gelişmenin başlıca yoludur (Özyılmaz, 2013: 3).

Küreselleşmenin çok hızlı bir şekilde yaşandığı günümüz dünyasında kendini geliştirmiş, eğitilmiş, üstün özelliklere sahip bireylere ihtiyaç daha da artmaktadır. Çünkü devlet, işini iyi yapan yönetici; iş dünyası kalifiye eğitilmiş personel; aile çocuğunu iyi yetiştirecek, eğitecek öğretmen istemektedir. Bu şekilde örnekler daha da çoğaltılabilir. Tüm bu özelliklere sahip bireyler yetiştirmek için öncelikle eğitimin ne olduğunun iyi algılanması ve ona göre uygulamaya konulması gerekmektedir.

Geçmişten günümüze kadar toplumlar eğitim kavramı üzerinde durmuş ve çeşitli tanımlarla eğitim kavramını açıklamaya çalışmışlardır. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

Başaran (1994: 172-173), eğitim tanımlarını süreç ve içerik tanımları olarak iki kümede toplamıştır. İçerik tanımlarını, eğitimin kime, niçin verileceğinin, ona neler kazandıracağına adını vererek; süreç tanımlarını da eğitimin oluşumunu anlatan tanımlar olarak ifade etmiştir.

Ayhan (1997: 16), eğitimi, yetişkin neslin bir plan ve amaca göre yetiştirmekte olan nesillerin gelişimini sağlamak için yaptığı çalışmalar olarak tanımlamıştır.

Şişman (1999: 157-158), eğitim tanımlarını şu şekilde derlemiştir: Eğitim,

- Yeni yetişen kuşakların, toplumsal yaşama hazırlanırken gerekli bilgi, beceri ve kişilik kazanmalarına yardım etmektir.
- Yetişkinler tarafından yeni yetişenleri, sosyal yaşama hazırlamak için yapılan bir etkidir.
- Toplum düzenini ayakta tutabilmek için toplumda geçerlikte olan kural ve değerlerin yetiştirmekte olan nesle aktarılmasıdır.
- Olgunlaşması için çocuklara yardım etmektir.
- Toplumun kültürel mirasını kuşaktan kuşağa aktaran bir süreçtir.

Literatürde en çok kabul gören eğitim tanımlarından biri Selahattin Ertürk' e aittir.

Ertürk (1997: 12)'e göre eğitim, bireyin davranışında, kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak isteyerek değişme meydana getirme sürecidir.

Bu tanıma göre eğitimin niteliğini ortaya koyan dört durumla karşı karşıya kalmaktayız. Bunlar (Başaran, 1994: 173-174):

1. Eğitim, eğitilen kişide istenilen davranışı oluşturma işidir.
2. İnsan bir davranışı ancak yaşayarak kazanabilmektedir.
3. Eğitimde oluşturulacak davranış önceden belirlenen eğitim amaçlarına uygun olmak zorundadır.
4. İnsanda davranışın oluşturulabilmesi, planlanmış bir eğitim sürecinden geçmesine bağlıdır.

Eğitimle çok karıştırılan, bazen birbiri yerine bazen de birlikte kullanılan bir diğer kavram ise öğretimdir.

Öğretme faaliyetlerinin önceden hazırlanmış bir program çerçevesinde planlı, amaçlı, düzenli ve kontrollü olarak yapıldığı yerler okullardır. Öğretim, okullarda yapılan öğretme ve öğrenmenin bileşkesidir. Öğretime öğrenci açısından bakacak olursak bir öğrenme; öğretmen açısından bakacak olursak öğretme söz konusudur. Ayrıca öğretim öğrenmenin gerçekleşmesine yardım ve rehberlik etkinlikleridir (Büyükkaragöz ve Çivi, 1995: 29).

Öğretim, eğitimin kazandırmak istediği davranış değişikliğinin gerçekleşebilmesi için kullanılan bir araçtır.

2.2. EĞİTİM HİZMETLERİNİN FAYDALARI

Eğitimin geçmişten günümüze gittikçe önem kazanmasının asıl sebebi, süreç içinde bireyde ve toplumlarda yaşanan ilerleme ve gelişmelerdir.

Eğitim, bireyin faydalarını ömür boyu göreceği insan sermayesine yapılan bir yatırımdır (Jorgenson ve Fraumeni, 1989: 35). Eğitimin yaşantımıza kattığı değer ve faydaların bir kısmı şu şekilde sıralanabilir:

1. Toplumdaki bireylerin iyi ve sürekli bir eğitim alması ve bu eğitimle kazandıkları bilgi beceri ve davranış değişikliğiyle ülke ekonomisine katkıda bulunması ülkenin refah ve mutluluğunun asıl kaynağıdır. Bu nedenle toplumların sosyal ve ekonomik anlamda gelişmesinin en önemli unsuru bireylerin ve işgücünün eğitim seviyesidir (Ereş, 2005). Eğitim uluslararası piyasalarda rekabet edebilecek niteliklere sahip iş gücü yetişmesinde önemli bir araçtır.
2. Eğitimle ilgili yapılan çalışmalar gösteriyor ki eğitimin, toplum sağlığına, çevreye, bireyin refahına ve suçların önlenmesine katkısı büyüktür. Bunları eğitimin sosyal faydaları olarak görebiliriz (Stacey, 1998: 56-59).
3. Ülkede demokratik ve insan haklarına saygılı bir toplumsal ve siyasal sistem kurmak ve geliştirmek ancak eğitimle sağlanabilir (Özyılmaz, 2013: 3).
4. Eğitim, toplum kültürünün nesilden nesile aktarılmasını sağlayıp kültürün yok olmasını önler.
5. Eğitim, insanın sahip olduğu özellikleri ortaya çıkarıp bunların geliştirilmesine katkıda bulunur.
6. İyi eğitim alan bireylere ilgili sektörlerde talep daha fazla olur ve istihdam imkanı artar.
7. Yapılan araştırmalarda, bireyleri daha iyi eğitime sahip toplumların temel sağlık göstergelerinin daha iyi olduğu görülmüştür.

2.3. EĞİTİMİN AMAÇLARI

Eğitimin amacı toplumlara, içinde bulunulan sürece ve çeşitli gruplara göre değişmektedir. Şişman (1999: 159), ülkenin, eğitim sisteminin, eğitim kademeleri ve okulların eğitim amaçlarını şöyle ifade etmektedir:

Ülkenin amaçları; ülkenin gelecekte ulaşmak istediği ekonomik, siyasal ve sosyal hedeflerdir.

Eğitim sisteminin amaçları; toplumun temel değer ve idealleriyle yetiştirilmek istenen insanın genel nitelikleridir.

Eğitim kademeleri ve okulların amaçları; söz konusu okul kademesi ve okullarda yetiştirilecek insan gücüne kazandırılacak özel niteliklerdir.

Genel olarak eğitimin amacı, refah seviyesi yüksek mutlu insan, mutlu aile, mutlu bir toplum oluşturmaktır. Tüm bu amaçların gerçekleştirilebilmesi için uzun bir süreç, çaba ve sabır gerekmektedir.

2.4. EĞİTİM HİZMETLERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) eğitimi planlı eğitim yapan örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere iki bölüme ayırmıştır.

2.4.1. Örgün Eğitim

Örgün eğitim, seviye ve yaş grubu olarak aynı düzeyde bulunan bireylere belirli bir amaca göre önceden hazırlanmış bir programla okulda düzenli olarak yapılan eğitimidir denilebilir. Örgün eğitimde mesleki, teknik ve genel eğitim programları uygulanmaktadır. Eğitim sistemimizde okul öncesi eğitim, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim örgün eğitimin kademelerindendir (Erdem, 2005: 6).

Okul öncesi eğitim, çocukların bedenlen, zihnen ve duygusal anlamda gelişmesini, iyi alışkanlıklar kazanmasını sağlamak, onları ilköğretime hazırlamak, çocukların Türkçe'yi doğru ve güzel konuşmasını sağlamak amacıyla zorunlu olmayıp isteğe bağlı olarak verilen bir eğitimidir (Çelik, 2013: 7).

İlköğretim, Milli Eğitim Temel Kanunu'na göre 6-14 yaş arasındaki çocukların okuma yazma bilmelerini ve ulusal amaçlara uygun olarak zihinsel ve fiziksel gelişmelerini sağlayan, kesintisiz sekiz yıl süreli, kız ve erkek bütün yurttaşlar için zorunlu ve devlet okullarında parasız olan örgün eğitim kademesidir (Erdem, 2005: 6).

Ortaöğretim, en az dört yıllık eğitim veren liseleri kapsamaktadır. Bu liseler arasında, Anadolu Liseleri, Fen Liseleri, Sosyal Bilimler Liseleri ve Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri bulunmaktadır.

MEB'in 2012 yılında eğitim sistemimizde yaptığı son değişikliklerle 8 yıllık kesintisiz zorunlu ilköğretim eğitiminin yerine, kademeli 4+4+4 zorunlu eğitim

sistemi uygulamaya konulmuştur. İlk dört yıl (1, 2, 3 ve 4. sınıf) ilkokul olarak, ikinci dört yıl (5, 6, 7 ve 8. sınıf) ortaokul olarak, üçüncü dört yıl ise (9, 10, 11 ve 12.sınıf) lise olarak kabul edilmiştir.

Yükseköğretim, en az iki yıllık yükseköğrenim veren eğitim kurumlarının tümünü kapsayıp, üniversiteler, fakülteler, yüksekokullar, enstitüler, meslek yüksekokulları, konservatuarlar, uygulama ve araştırma merkezleri bu kapsamdadır. Bu okullar, öğrencileri önlisans, lisans ve lisansüstü seviyelerinde yetiştirmektedir (Erdem, 2005: 7).

2.4.2. Yaygın Eğitim

Milli eğitimin Yaygın Eğitim Kurumları Yönetmeliği'nde yaygın eğitimden şu şekilde bahsedilmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2010):

Yaygın eğitim faaliyetleri, Anayasa, Türk millî eğitiminin genel amaç ve temel ilkeleri ile Atatürk ilke ve inkılâpları doğrultusunda evrensel hukuka, demokrasi ve insan haklarına uygun ve bir bütünlük içinde yerine getirilmesi için planlı kalkınma hedefleri kapsamında toplumun özellikleri ve ihtiyaçlarına göre;

- a) Bireylerin millî bütünleşme ve bireysel gelişimini güçlendirici, yurttaşlık hak ve ödevlerini bilinçli olarak yapmalarını sağlayıcı, demokrasi kültürünü, düşünce, kişilik ve yeteneklerini geliştirici biçimde eğitim çalışmaları yapmak,*
- b) Bilmeyenlere okuma-yazma öğretmek, bilenlere eksik eğitimlerini tamamlamaları için sürekli eğitim imkânları hazırlamak,*
- c) Türkçe'nin doğru, güzel, etkili ve kurallarına uygun olarak öğretilmesi, kullanılması ve yaygınlaştırılması yönünde yurt içi ve ikili anlaşmalar çerçevesinde yurt dışı için öğretim programları hazırlamak ve uygulanmasını sağlamak,*
- ç) Millî kültür değerlerinin korunmasına, dünya kültürüne açık olarak geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına yardımcı olmak,*
- d) Yöresel özellik ve ihtiyaçlara göre eğitim, öğretim, üretim, istihdam ve pazarlamaya yönelik çalışmalar ile nitelikli iş gücünün yetiştirilmesinde meslekî ve teknik içerikli eğitim çalışmaları yaptırmak,*
- e) Göç edenlerin yeni ortamlarına uyum sağlamalarına yönelik eğitim çalışmaları yaptırmak,*

- f) Sağlık kuruluşları ve alan uzmanları ile iş birliği yapılarak halk sağlığının korunması, aile planlaması, sağlıklı beslenme ve barınma, iyi bir üretici ve bilinçli bir tüketici olma niteliğini kazandırıcı çalışmalar yaptırmak,
- g) Hayat boyu öğrenme anlayışıyla bireylerin; bilimsel, girişimci, teknolojik, iktisadi, sosyal, kültürel gelişmelerini ve serbest zamanlarını en iyi şekilde değerlendirme ve kullanma alışkanlıkları kazandırmak, yeteneklerini geliştirme imkânını sağlamak,
- ğ) Özel eğitim gerektiren bireylere, gelişim özelliklerine göre, bireysel yeterlilikleri doğrultusunda okuma-yazma öğretmek, bilgi ve beceri kazanmalarını sağlamak,
- h) Aile eğitimi programları ile Türk aile yapısını güçlendirerek toplumsal yapının korunmasını sağlamak ve bu amaçla sürekli eğitim imkanları hazırlamak,
- ı) Toplumda sevgi, hoşgörü, diyalog, iş birliği, farklılıklara saygı, yardımlaşma ve birikimleri paylaşma kültürünün gelişmesini sağlamak,
- i) Yaşlı bireylerin sosyal ve ekonomik hayata etkin olarak katılımları için eğitim çalışmaları yapmak amacıyla düzenlenir.

Yaygın eğitim kurumlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

- Özel kurslar,
- Özel dershaneler,
- Açık ilköğretim okulları,
- Açık öğretim liseleri,
- Mesleki eğitim merkezleri,
- Çıraklık eğitim merkezleri,
- Halk eğitim merkezleri,
- Endüstri pratik sanat okulları,
- Olgunlaşma enstitüleri,
- Yetişkinler teknik eğitim merkezleri,
- Pratik kız sanat okullarıdır.

2.4.3. Özel Dershaneler ve Temel Liselere Dönüşümü

2.4.3.1. Özel Dershaneler

Gölge eğitim, örgün eğitimin dışında gerçekleşen ve öğrencinin okuldaki başarısını artırmak için tasarlanmış bir dizi eğitim faaliyetidir (Stevenson ve Baker, 1992: 1639). Gölge eğitim olarak adlandırılan yaygın eğitim kurumlarından biri olan

dershanelerin görevleri, Milli Eğitim Bakanlığı Özel Dershaneler Yönetmeliği'nde şu şekilde açıklanmıştır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2009):

Dershanenin amacı Millî Eğitim Temel Kanunu'nun genel ve özel amaçlarıyla temel ilkelerine uygun olarak öğrencileri;

- a) İstedikleri ders veya derslerde yetiştirmek; onların bilgi, beceri, yetenek ve deneyimlerine katkıda bulunarak eğitim düzeylerini yükseltmek,*
- b) Bir üst öğretim kurumuna girişle ilgili sınavlara hazırlamak için gerekli çalışmaları yapmaktır.*

Dershaneler eğitim ve öğretimin bir arada verildiği kurumlardan biridir. Öğretme faaliyetlerini önceden hazırlanmış bir plan program dahilinde yaptıklarından öğretim; öğrencilerin bilgi, beceri ve yeteneklerine katkıda bulunup davranış değişikliği sağladığı için de bir eğitim kurumudur. Bu eğitim ve öğretim kurumları sınavlara ve okula hazırlık için tercih edilmektedir.

ÖSYM'nin yaptığı Yükseköğretime Geçiş Sınavı (YGS)'na dair yayınladığı bilgilere bakacak olursak sadece YGS'ye başvuran aday sayısı 2014 yılında 2.007.659, 2015 yılında 2.126.684'tür. Sınava başvuran ve giren adayların ise yarısından daha azı istedikleri herhangi bir yükseköğretim programına yerleşebilmektedir.

Türk Eğitim Derneği'nin (2005) raporuna göre mevcut eğitim sistemimiz bu şekilde devam etmesi halinde 2023 yılında 6 milyon genç üniversite kapısında yığılacaktır. Bu nedenle öğrenciler, ek öğrenme imkanı aramakta ve sonuç olarak belirli bir ücret ödeyerek özel dershanelere gitmektedirler. Bu dershanelere ilköğretim ve ortaöğretim öğrencileri okul dışı zamanlarında gitmekte, mezun olan öğrenciler ise kendileri için uygun olan hafta içi veya hafta sonu programlarına dahil olmaktadır (Yavuz, 2012: 1148).

Okullardaki kalabalık sınıf ortamı, etüt imkanlarının olmaması, öğretmenlerden bire bir ders alma fırsatının elde edilememesi gibi birçok sebepten dolayı dershaneler tercih sebebi olmaktadır. Bireyler sadece yükseköğretime geçişte dershanelere ihtiyaç duymamakta, bir sonraki basamakta istediği kuruma girebilmek için ilkokuldan itibaren hayatının her döneminde yapılan sınavlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Başka bir deyişle bu özel kurumlar ilkokuldan itibaren sınavlara hazırlık için bireylere hizmet vermektedirler (Arabacı ve Namlı, 2014: 34).

Öğrencilerin lise düzeyinde iyi bir okula gidebilmeleri de ancak Temel Eğitimden Ortaöğretime Geçiş Sınavından (TEOG) iyi bir puan almalarıyla mümkün olmaktadır.

Yine eğitim sistemimiz gereği bir öğrencinin üniversiteye gidebilmesi için (2016 yılına kadar uygulamada olan meslek liselerinin sınavsız geçiş hakkı hariç) Yükseköğretime Geçiş sınavı (YGS) ve Lisans Yerleştirme Sınavı (LYS) olan sınavlardan belirli puanlar alması gerekmektedir.

Bu nedenle öğrenciler bu başarıyı sağlayacak eğitim hizmetlerini almaya çok küçük yaşlarda başlayıp bu maratona katılmaktadır. Çocukları için iyi bir geleceğin iyi bir üniversite eğitiminden geçtiğini düşünen aileler de bu konuda özel dershaneler, etüt merkezleri, özel ders gibi çeşitli alternatifleri değerlendirmektedirler.

1960'lı yıllardan sonra eğitim sisteminin her kademesinde öğrenci sayısı artmış ancak buna paralel olarak eğitim kurumları ve öğretmen sayısında yeterli artış sağlanamaması eğitimin niteliğini olumsuz yönde etkilemiştir. Eğitimde talebin bu şekilde artmasıyla dershaneler öğrenci yetiştirme işine girmiş ve bireylere girecekleri sınavlarda başarı sağlama vaatlerinde bulunarak eğitime destek olmuşlardır (ASEM, 2013: 10).

Ancak Milli Eğitim Bakanlığı, 18/04/2014 tarihli Dershane ve Öğrenci Etüt Eğitim Merkezlerinin Dönüşümü adıyla yayınladığı genelgeyle özel dershanelerin ve etüt merkezlerinin temel liseye dönüşmesi, dönüşmeyenlerin ise 1/09/2015 tarihinde eğitim faaliyetlerinin durdurulup kapatılmasına yönelik çalışma başlatmıştır.

Bu karar Türkiye'de önemli bir sektör haline gelen özel eğitim hizmetleri sektöründe ciddi bir tepkiyle karşılanmış, özel teşebbüsün kapatılamayacağı iddia edilmiştir. Bu kurumların kapanmasını istemeyen aileler, öğrenciler ve özel dershane bünyesindeki çalışanlar medya ve sosyal medya aracılığıyla tepkilerini dile getirmişlerdir.

Özel dershanelerin özel okula dönüşümü bu özel okulların yaygınlaşması adına önemli bir adım olabilir. Ancak bunun fizibilitesinin iyi yapılması gerekmektedir. Özel dershane sahipleri, özel dershaneler ile özel okulların farklı hedef kitleleri olan ve farklı amaç ve işlevlere hizmet eden kurumlar olduğunu ifade etmişlerdir. Özel okullara giden öğrencilerin aynı zamanda özel dershaneye gitmesi bu durumu desteklemekte, dolayısıyla, dershanelere yönelik talebi azaltacak tedbirler

alınmadan bu dönüşümün gerçekleştirilmesi dershaneciler tarafından makul bulunmamaktadır (Özoğlu, 2012).

Arabacı ve Namlı (2014: 45)'nin dershanelerin kapatılması süreciyle ilgili öğrenci, öğretmen ve yönetici görüşlerine göre yaptığı değerlendirmedeki sonuçlardan bazıları şöyledir:

1. Okulların etkili olamaması ve sınav sistemindeki sorunlar dersane gerçeğini ortaya çıkarmıştır.
2. Öğrencilerin çoğu dershaneleri sınava hazırlayan, konu telafisi yapan, pratik yapmayı sağlayan, soru çözme tekniği kazandıran kurumlar olarak gördüğünden kapatılması durumunda mağdur olacaklarını düşünmektedirler.
3. Katılımcıların çoğu eğitim sistemindeki sorunların giderilmeden dershanelerin kapatılmasının zamanlamasının yanlış olduğunu düşünmektedirler.
4. Dershanelerin kapatılmasına yönelik çözüm önerilerinden biri olarak MEB bünyesinde çalışan öğretmenlerin kendilerini geliştirmeleri ve bunun sürekli olması için aralıklı olarak bir sınava tabi tutulmaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

Anayasa Mahkemesi'ne yapılan başvuru sonucunda dershanelerin kapatılması kararı iptal edilmiş, ancak bu karar dershanelerin kapanmasını öngören tarihe çok yakın olduğu için çoğu dersane temel liseye dönüşmüş, dönüşüme uygun olmayanlar da kapanmıştır.

2.4.3.2. Temel Liseler

Dershanelerden okula dönüşen temel liseler, hazırlık liseleri olarak da adlandırılmaktadır. Bu okulları MEB (2014)'in Resmi Gazete'de yayınlanan Özel Öğretim Kurumları Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmeliği, dönüşüm programına alınan kurumların kurucuları tarafından açılan ve faaliyetleri 2018-2019 eğitim öğretim yılının sonuna kadar devam eden ortaöğretim özel okulları şeklinde tanımlamaktadır. Temel liselere, ortaokul veya imam-hatip ortaokulunu bitirenler kayıt yaptırabilecek, 9. sınıfa ve sonrasına, farklı okul türlerinden nakil yapılabilecektir.

Bu okullar özel okul teşviki kapsamında öğrenci almaktadır. Bu okullardan seçilen bazı okullarda, belirli şartları sağlayan öğrencilere 3.200 TL devlet teşviki verilecektir.

Bu liselerdeki toplam ders saati devlet okullarından ve diğer özel okullardan farklı olarak 35 saat olarak öngörülmüştür. Okullar isteğe göre bu saatleri artıracaklardır. Hem dersane hem özel okul olarak faaliyet göstereceğini ifade eden bu okullar, öğrencileri sınavlara hazırlamak için ek olarak okul dersleri dışında ve hafta sonları sadece üç dersten oluşabilecek ücretli kurs açabileceklerdir. Mezun öğrenciler için de ayrıca hafta içleri 19.00'dan sonra ve hafta sonları kurslar açılabilir. Bir açıdan hem dersane faaliyetlerini hem de okul faaliyetlerini aynı anda yapabileceklerdir.

Bu okulların faaliyetleri 2018-2019 eğitim öğretim yılının sonuna kadar devam edecektir. Sonrasında özel okula dönüşecek, özel okul şartını taşımayanların faaliyetlerine son verilecektir. Yani bu okullar dershanelerin kapatılması için ara bir çözüm olarak sunulmuştur. Henüz yasayla kesinleşmemiş olsa da temel liselerin 4 yıl sonunda kent liseleri adı altında eğitim öğretim faaliyetlerine devam edeceği söylenmektedir.

Bu süre içinde bu okulların eğitime nasıl bir katkıda bulunacağı, farklı bir soluk katıp katmayacağı, sınav sistemi nedeniyle okul-özel ders-etüt merkezi üçgenine sıkışan öğrenci ve veliler için bir çıkış olabilecek mi merak edilmektedir.

Yaptığımız bu çalışmada dershanelerden özel okula dönüşen temel liselerin içeriğinin ne olduğu, öğrenciler ve aileler için dershanelere alternatif olup olamayacağı ve öğrencilerin bu kurumlardan memnuniyet dereceleri incelenecektir.

2.5. EĞİTİM HİZMETLERİNDE KALİTE

Eğitim sektörü hizmet sektörü içerisinde yer aldığından hizmetler için geçerli olan bütün özellikler eğitim hizmetleri için de geçerlidir. Gerek hizmetlerin tanımlarındaki gerekse kalite tanımlarındaki karmaşıklık ve çeşitlilik nedeniyle eğitimde hizmet kalitesi tanımları da oldukça çeşitli ve farklıdır.

Son yıllarda eğitimde kalite derinlemesine anlam değişikliğine uğramıştır. Günlük ekonomik dilde eğitimde kalite, eğitim kurumları arasında, yüksekokulların beklentileri, fakültelerin stratejileri, eğitim ortamında rekabet yaratarak kaliteyi artırmayı hedeflemektedir (Doğan vd., 2006: 60). Adams (1998: 237)'a göre kalite etkililik ile eş anlamlı olup, yüksek kaliteden bahsedildiğinde gerçek ya da beklenen etkililik anlaşılır.

Eğitim kalitesi tarihsel olarak karakterize edilir. Bu zamanla değişir ve amaçların işlevlerin ve ortaya koyduğu ürünlerin değişkenliği sebebiyle coğrafik bir şekilde farklılaşır. En genel anlamıyla eğitim kalitesi, eğitimin amaç ve fonksiyonlarını gerçekleştirme veya başarma şekli ve derecesi olarak kabul edilmektedir (Vedder, 1994: 6).

Temel (1999)'e göre eğitimde kalite denildiği zaman, eğitim sisteminin beğenilmesi, kusursuzluğu, insanların yenilikleri izleyebilme bilgi ve becerisine sahip olması; kısaca, bu davranışları gösteren insanların yetiştirilmesi akla gelmektedir.

Eğitimi bir sistem olarak düşünersek bu sistemde kalite girdi, süreç, ürün ve çıktıdan oluşmaktadır.

Ürün, tipik olarak diplomayı, öğrenci tutum ve değerlerini, öğrenci başarısındaki değişimleri ve başarı oranlarını göstermektedir. Sonuçlar eğer çıktıdan ayrılabiliriyorsa uzun dönemde iş bulma, gelir düzeyi, tutumlar, davranışlar, değerler gibi eğitimsel sonuçlar olarak ifade edilebilir. Girdi içeriğe ait düşünülebilir, öğretmen ve öğrenci özelliği, program ve tesislerdir denilebilir. Süreçler öğretmen, öğrenci, yönetici, materyal, araç-gereç, eğitim aktivitelerinin teknolojiyle etkileşimi olduğundan dolayı genellikle bu şekilde kabul edilir (Adams, 1998: 235).

Eğitim örgütlerinde çıktı kalitesine (sonuçların değerlendirilmesi) ve tasarım kalitesine (müfredat tasarımı) daha fazla önem verilmiş, süreçteki kaliteyle pek fazla ilgilenilmemiştir. Klasik yönetim anlayışından kalma olan ürün veya hizmetteki kaliteyi son aşamada kontrol etmek pahalı bir yolu tercih etmektir. Eğer süreç uygun bir şekilde tasarlanıp uygulanırsa sonuçta kaliteye ulaşılabilecektir. Eğitimde kalite için girdiler oldukça önemli bir gösterge olmasına rağmen kaliteyi ortaya koyamazlar veya ölçemezler. Uygun olmayan, yetersiz girdiler sistemi sınırlandırırken; uygun girdiler sistemi maksimum düzeye çıkarır (Özdemir, 1996: 254).

Uzun yıllardan beri kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektördeki işletmeler istedikleri niteliklere sahip eleman bulmakta güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Yükseköğretimden mezun olan öğrencilerin çoğunun işsiz kalması eğitim kurumları hakkındaki kaygıları artırmaktadır. Belirli becerileri kazanmış, istenilen nitelikte kalifiye çalışan isteniyorsa kalite kavramı öncelikle eğitim kurumlarında ele alınmalıdır. Çünkü kaliteli bir ürün veya hizmet ancak iyi bir eğitimle mümkündür (Yıldız ve Ardic, 1999: 73).

İşletmeler için ürünlerini kim için, ne, nasıl, nerede ve ne zaman üretecekleri cevaplanması gereken önemli sorulardır. Burada kim için üretecekleri müşteri kavramını ortaya çıkarmaktadır. Birer hizmet işletmesi olan eğitim kurumlarının müşterileri de öğrencilerden, öğretmenlerden ve ailelerden oluşmaktadır.

Eğitim sektörünün müşterilerini oluşturan kesimin beklentilerinin çok iyi analiz edilip bunlara çözümler sunulması eğitim kalitesinin artması açısından önemlidir (Yenen ve Gözlü, 2010: 37). Aynı sektörde bulunan kurumların rekabeti de kaliteye farklı bir soluk katmaktadır. Özellikle eğitim sektöründe önemli bir yere sahip özel okullar daha fazla öğrenci çekebilmek ve rakiplerine karşı avantajlı olabilmek için eğitim kalitesini artırmaya çalışmaktadırlar (Çokgezen ve Terzi, 2008: 6).

Sektörde etkin bir şekilde rekabet edebilmek için, bir eğitim kurumunun kendisini rakiplerinden ayırması gerekmektedir. Bu bağlamda pazarlama faaliyetleri eğitim kurumları için yararlı olabilmektedir (M. Joseph ve B. Joseph, 1997: 15). Bu kurumlar tercih edilebilmek için öğrencilerin (müşterilerin) istekleri doğrultusunda sundukları eğitim hizmetlerini farklılaştırma yoluna gitmekte; hem öğretmenlerine hem de eğitim verilen kurum ve ek hizmetlerine daha da önem vermektedirler.

Ancak kaynakların kısıtlı olması sebebiyle eğitim kurumlarındaki idareciler öğrencilerin istediği her şeyi yerine getirmekte zorlanabilirler. Öğrencilerin memnuniyetini sağlayan ortak alanların tespiti ise kaynakların bu yönde tahsis edilmesine yardımcı olmaktadır (M. Joseph ve B. Joseph, 1997: 19).

2.5.1. Kaliteli Bir Eğitim İçin Öğretmen Nitelikleri

Eğitimin kaliteli olabilmesinin en önemli etkenlerinden biri şüphesiz girdiyi oluşturan eğiticinin kalitesidir. Yapılan birçok araştırma da bu yönde bir sonuç ortaya koymaktadır.

Eğitim sisteminde kalitenin sürekli olması, öğretmenlerin toplumdaki statüsünün yükseltilmesi ile mümkündür. Japonya 2. Dünya Savaşı'ndan sonra eğitime öncelik vererek kalkınmayı hızlandırmış, öğretmenlere toplum içerisinde özel konumlar sağlanmış, öğretmenlerin çalışma koşulları düzeltilmiş, maaş ve değerlendirme sistemleri yenilenmiştir (Doğan, 2002: 101).

Yine aynı şekilde eğitiminin kalitesiyle ilk sıralarda yer alan Finlandiya'da da öğretmenler toplumda çok önemli bir statüye sahiptirler.

Finlandiya’da ailelerin, öğrencilerin, otoritelerin ve politik liderlerin öğretmenlere güveni sonsuzdur. Öğretmenlik yüksek statülü ve orta gelir seviyesinin üstünde bir meslek olup liseden mezun olan en başarılı öğrencilerin tercih ettiği mesleklerin arasında yer almaktadır. Ayrıca bu ülkede öğretmen olabilmek için sadece lisans programını bitirmek yeterli olmayıp adayların kendi alanlarında en az tezli yüksek lisans derecesine de sahip olmaları gerekmektedir. Öğretmen eğitimi mesleğe girdikten sonra da hizmet içi eğitim olarak devam etmektedir. Bu şekilde öğretmenlerin kendilerini geliştirme ve yeni teknolojileri öğrenip sınıflarında uygulama fırsatları olmaktadır (Eraslan, 2009: 244).

Peki öğretmenin toplum nazarında statüsünün yükseltilmesinin haricinde kaliteli bir eğitim için eğiticinin (öğretmen) nitelikleri nasıl olmalıdır? Şişman (1999: 11-12), bu soruyu şöyle cevaplamaktadır:

Öğretmen adaylarının günümüz insanlarında öngörülen bazı ortak özelliklerin yanında her meslekte olduğu gibi öğretmenlik mesleğine özgü bir takım özelliklere sahip olması da beklenmektedir. Çağdaş ideal bir öğretmenin sahip olması öngörülen başlıca bilişsel, duyuşsal ve kişilik özelliklerinin bir kısmı aşağıda sıralanmıştır.

1. Ana dilini iyi kullanan, güçlü iletişim becerilerine sahip, insanları ve mesleğini seven topluma hizmet arzusunda olan,
2. Öğrencilere karşı güler yüzlü, hoşgörülü, sevecen ve iyimser, güvenilir, dürüst bir dost ve sırdaş,
3. Öğrencilerine karşı açık görüşlü, objektif, tarafsız, adil, öğrencileri takdir eden, öven, yüreklendiren, ödüllendiren,
4. Öğrencilerin beklenti ve gereksinimlerini dikkate alarak görevini icra eden, üretken, esnek ve sorun çözücü,
5. Eğitimde bireysel farklılıkları dikkate alan, entelektüel yönü gelişmiş (okuyan, araştıran, düşünen),
6. Öğrencileri güdüleyen, öğretim ve öğrenmeyi kolaylaştıran, her türlü değişme ve yeniliklerden haberdar olan,
7. Dünya ve toplum sorunlarına karşı duyarlı, demokrasiyi tüm kurum ve değerleriyle benimseyen,
8. Öğrencileri hayata ve üst öğrenime hazırlayan, farklı inanç, görüş ve grupları uzlaştırabilen bir kişiliğe sahip olmaktır.

Eğitim kurumlarındaki yöneticiler de eğitimin kalitesinin artırılması noktasında etkilidirler. Eğitimde kullanılacak araç gereçleri temin etme, öğrenci-veli-

öğretmen arasında köprü vazifesi görme ve işbirliği sağlama yöneticilerin bu yönde yapabileceği faaliyetlerdendir.

Eğitim kalitesine etki eden unsurlardan biri de çağın teknolojisine uygun olan araç ve gereçlerin kullanılmasıdır. Ayrıca tüm öğrencilerin bu araçlardan eşit şekilde yararlanması gerekmektedir. Bunun yanı sıra eğitim araç ve gereçlerinin sunulan hizmetin kalitesine olumlu katkıda bulunmaları yeterli sayıda olmalarına, öğrenci seviyesine uygunluk, motive etme, iletişim sağlama ve davranış geliştirme özelliklerine sahip olmalarına bağlıdır. Diğer taraftan içinde eğitim yapılan binanın temizlik, ısı, ses yalıtımı, konfor, tertip ve düzen gibi fiziksel koşulları da sunulan hizmetin kalitesini etkilemektedir (Taşkın ve Büyük, 2002: 8).

2.5.2. Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi

Toplam Kalite Yönetimi (TKY)'nin temel amacı, müşterinin kalite algılarını belirleyip buna göre sıfır hatalı çıktı sağlayarak müşteriye memnun etmek ve kaliteyi artırmakla ilgili olarak sürekli çaba ve çalışmalarda bulunmaktır. TKY'nin en önemli özelliği ise kaliteli ürün ve hizmet sağlanmasını, birkaç kişiyle değil de, sistemdeki herkesle paylaşmaktır (Yıldız ve Ardic, 1999: 75).

Bu anlayış günümüz eğitim dünyasında da kabul görmektedir. Eğer öğretmenler ve okul yönetimi hem kendi içlerinde hem de öğrencilerle iyi bir etkileşim kurabilirlerse, eğitim ve öğretim hizmeti bilinçli, motivasyonu yüksek ve bilgili öğretmenler tarafından sunulursa ortaya çıkan ürün (öğrenci) mutlak anlamda kaliteli olacaktır (Çelik ve Taşar, 2012: 1).

TKY için bazı yazarlar tarafından ortaya konulan; dürüstlük, ortak görüş, sabır, bağlılık ve TKY teorisi olmak üzere bu maddelerin ilk dördü aslında eğitimin temel ilkelerini oluşturmaktadır (Hergüner, 1998: 3).

TKY'nin eğitim sistemindeki bazı faydaları şu şekilde sıralanabilir (Doğan, 2002: 98-99):

- TKY, eğitimin sevilmesine, sevginin öğrenciler ve diğer işgörenlerle paylaşılmasına, öğrenmeye karşı isteğin artmasına yardımcı olmaktadır.
- Eğitim işgörenlerinin sabırlı, güvenli ve daha fazla çalışma isteği konusunda kişisel özelliklerini kullanmalarını sağlamaktadır.
- TKY'de özel ve yeni teknolojilerin kullanılması ön plana çıkmaktadır.

- TKY’de eğitim konularının ayrıntılı öğrenilmesi, konuların öğrencilere sevdirmesi, etkili ve verimli çalışma sistemlerinin benimsetilmesi sağlanır.
- TKY, eğitimin kalitesini artırmakta; eğitim konularında, programlarda çeşitliliği ve esnekliği geliştirmektedir.

Eğitimin tanımlanmasındaki güçlükler ve eğitimde kaliteyi etkileyen unsurların fiziksel ürünlerdeki kadar somut olmayışı, hizmet veren ve alan arasındaki farklı ilişkiler bu yönetim anlayışının anlaşılmasını ve uygulanmasını güçleştirmektedir (Ceylan, 1997: 27).

Unutulmamalıdır ki TKY girişimini uygulamak ancak sabırla mümkündür. TKY öyle hemen gerçekleştirilebilecek bir anlayış değildir. TKY’den her şeyi bir anda değiştirip iyileştirecek sihirli bir değnek vazifesi beklemek yanlış bir düşünce olup böyle yeni bir anlayış ancak güçlükler aşılarak ve zorlu mücadelelerle kıvama ulaşacaktır. Bu süreç ağır işleyen bir süreçtir ve çıktısı eğitim örgütlerinde uzun vadede ortaya çıkmaktadır (Dağlı, 2003).

Bozkurt (1994b: 107)’a göre, toplam kalite anlayışının bir organizasyonda yerleştirilmesi ve sistemden beklenenlerin alınması kuruluşların büyüklüklerine, üretim ya da hizmet konularına, mevcut yönetim anlayışına, pazara vb. birçok faktöre bağlı olmakla birlikte beş ile on senelik bir süre içinde gerçekleştirilebilmektedir.

Günümüzde TKY felsefesinin başarıyla uygulandığı birçok devlet ve özel eğitim kurumu bulunmaktadır. Ve sonuç olarak da kaliteli bir eğitim ortaya konularak nitelikli öğrenciler yetiştirilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEMEL LİSELER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Günümüzde hizmet sektörünün diğer sektörlerle nazaran önemli oranda büyüme göstermesi dikkatlerin bu sektör üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur. Birçok ülkede bu sektörle ilgili yatırımlar artmış, sektör özellikle özel istihdama yeni bir soluk getirmiştir. Hizmet sektörünün önemli bölümlerinden birini oluşturan eğitim sektörü de buna paralel olarak gelişme göstermiş, eğitim devlet tekelinden çıkıp özel sektörde şekillenmeye başlamıştır.

İnsan sermayesi, işletme varlıklarının önemli bir kısmını oluşturmakla birlikte bu sermayenin değer yaratabilmesi için kalifiye bir yönetim, personel ve iş gücüne ihtiyaç vardır. Bunun yolu da kaliteli bir eğitimden geçmektedir. Bu yüzden ki gelişmiş ülkeler eğitime yaptıkları kamu harcamalarını sürekli artırmakta ve özel eğitim kurumlarına destek vermektedirler.

Bizim ülkemizde ise belli bir yıla kadar sadece devlet eliyle sağlanan eğitim hizmetleri artan nüfusla beraber okullaşma oranının da artmasıyla yetersiz kalmış, bu konuda farklı arayışlar başlamıştır. Özel sektörün bu işe dahil olması uzun bir zaman almamıştır. Pazarlama anlayışıyla hareket edilmesi, toplumun ihtiyaçlarına kulak verilip bu yönde çalışmalar yapılması eğitim hizmetlerinin özel sektör tarafından karşılanabileceği anlayışını topluma yerleştirmiştir. Artan bir şekilde özel eğitim kurumları açılmaya başlamış, belirli bir ücret karşılığı toplumun eğitim hizmetleri ihtiyacı giderilmeye çalışılmıştır.

Açılan özel eğitim kurumları toplum tarafından tercih edilebilmek için daha kaliteli, seçkin bireyler yetiştirmeye çalışmış, bu da rekabeti beraberinde getirerek hem eğitim hizmetlerinde hem de öğrenci kalitesinde iyileşmelere sebep olmuştur.

Devlet de bu kurumlarla ilgili yasa ve düzenlemeler getirip Milli Eğitim Bakanlığı vasıtasıyla kurumları denetime tabi tutmuştur.

3.1. SEKTÖRLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

Eğitim hizmetlerinin özel sektör tarafından karşılanmasının toplum tarafından kabul görmesiyle birlikte çeşitli okullar, dershaneler, kreşler, etüt merkezleri açılmış ve bu kurumlarda eğitim hizmetleri verilmeye başlanmıştır. Bu kurumlar arasında

öğrencileri liselere giriş sınavlarına ve üniversite giriş sınavlarına hazırlayan dershaneler önemli bir sektör haline gelmiş, toplumda adeta dershaneye gitmeyen öğrenci sınavı kazanamaz algısı oluşmuştur.

Yakın zamanda çıkarılan yasayla bu dershanelerin temel liselere dönüştürülmesi kararı alınmış, dershane sektörünün yeni bir sektörün oluşmasına zemin olması sağlanmıştır. Devlet de bu temel liselere giden öğrencilere teşvik adı altında belirli bir ödenek ayırarak verdiği lise eğitiminin özel sektöre kaymasına aracılık etmiştir.

Bu liseler, devlet okulu ve özel okul arasında bir statüye sahip olmakla beraber bu okullarda özel okul şartları aranmayacak, ders saatleri de normal liselere göre daha az olabilecektir. Ayrıca hafta içi belirli bir saatten sonra ve hafta sonu da mezun öğrencilere kurs verebilecektir.

Hem dershane hem lise eğitiminin bir arada verileceği bu okullar öğrenci ve ailelerine eğitim hizmetlerinde farklı bir alternatif oluşturmuştur. Özellikle devlet okullarındaki öğrencilerden bu okullara ciddi bir kayma olmuştur. Tabi ki bu da ailelerin eğitime ayırdıkları bütçenin artmasına sebebiyet vermiştir. Bu okullardaki öğrenci kayıtlarının çoğunu özellikle üniversite sınavına hazırlanan son sınıf lise öğrencileri oluşturmuştur.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI ve KAPSAMI

Araştırmanın asıl amacı, temel liselerde verilen eğitim hizmetlerini alan öğrencilerin bu eğitim hizmetlerinden bekledikleri ve algıladıkları kalite düzeyini belirleyebilmek ve 2015-2016 eğitim öğretim yılında ilk defa hizmet veren bu sektörde taraflara araştırma sonucuna göre önerilerde bulunup ışık tutabilmektir.

Ayrıca öğrencilerin sosyo-demografik özellikleriyle algıladıkları hizmet kalitesi arasında ilişki olup olmadığı ve öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesiyle genel memnuniyet düzeyi arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Araştırmanın kapsamı ise, İzmir ve Manisa illerinde bulunan iki temel lisedir. Araştırma bu okullarda eğitim hizmeti alan öğrenciler üzerinden yürütülmüştür.

3.3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu kısımda, ana kütle ve örnek kütleinin seçimi, veri toplama yöntemi ve kullanılan ifadeler, araştırmanın ölçeği, araştırmanın hipotezleri ve araştırmada kullanılan analiz tekniklerinden bahsedilecektir.

3.3.1. Ana Kütle ve Örnek Kütleinin Seçimi

Araştırmanın ana kütleini temel liselerdeki öğrenciler oluşturmaktadır. Örnek kütleini ise İzmir ve Manisa illerinde bulunan iki temel lisenin rastgele seçilen öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı temel liselerin bu illerdeki temel liselerin tümünü temsil ettiği varsayımı kabul edilerek araştırma yürütülmüştür. İzmir'deki temel lisede bulunan 400 öğrenciden rastgele seçilen 210, Manisa'daki temel lisede ise 88 öğrenciden 75 öğrenciye ulaşılarak toplamda 285 öğrenciye anket uygulanmıştır. Bu anketlerin 15 tanesi eksik doldurulduğundan geçersiz olup toplamda 270 anket araştırmaya dahil edilmiştir.

3.3.2. Araştırmanın Ölçeği

Araştırmada kullanılacak ölçek, Parasuraman vd. (1985: 42)'nin geliştirdiği SERVQUAL ölçüm modelidir. Bu ölçeğe göre algılanan hizmet kalitesi, algılanan hizmet ve beklenen hizmet arasındaki farka dayanmaktadır.

- Beklenen hizmet > algılanan hizmet ise, algılanan kalite tatmin edici olmaktan uzaktır ve kabul edilemez bir kalite düzeyi oluşacaktır.
- Beklenen hizmet = algılanan hizmet ise, algılanan kalite tatmin edici olacaktır.
- Beklenen hizmet < algılanan hizmet ise, algılanan kalite tatmin edici olandan daha yüksektir ve ideal kalite düzeyi oluşacaktır (Parasuraman vd., 1985: 48-49).

Carman (1990: 50-51) SERVQUAL ölçeğinden yararlanarak farklı hizmet işletmelerine yönelik olarak yaptığı çalışmada, farklı hizmet sektörlerinde hizmet kalitesi boyutlarının farklılık gösterebileceği ve bu nedenle ölçekte yer alan ifadelerin her sektöre göre yeniden uyarlanması gerektiği uyarısında bulunmuştur.

Okumuş ve Duygun (2008: 23)'un Carman'ın eleştirilerinden yola çıkarak yaptığı

araştırmalar ve odak grup görüşmeleriyle ölçekteki değişkenler eğitim hizmetlerine uyarlanmış ve ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksek çıkmış olup eğitim hizmetlerinde kullanılabileceği ifade edilmiştir. Ölçeğin orjinalinde algı ve beklenti anketlerinde 22'şer değişken bulunmakta, Okumuş ve Duygun (2008) tarafından bu değişkenler eğitim hizmetlerine uyarlanarak 29 değişken elde edilmiş ve bu değişkenleri ölçen ‘‘3.3.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan İfadeler’’ başlığı altındaki 33 madde oluşturulmuştur. (16. madde, ‘ ğrencilerin ders saatlerini kendilerine uygun olarak seçmesi’ ifadesi ‘Okulun  ğrenci merkezli ders programı hazırlaması’ şeklinde temel liselere uygun olması açısından değiştirilmiştir). Uyarlanan değişkenler Tablo 8'deki gibidir.



Tablo 8: Hizmet Kalitesi Boyutlarının Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması

Hizmet Kalitesinin Boyutları	Eğitim Hizmetlerine Uyarlanması
Güvenilirlik	-Derslerin her zaman ders programına uygun olarak yapılması -Derslerin her zaman vaktinde yapılması - Öğrencilerle ilgili kayıtların hatasız tutulması -Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilerin karşılaştığı problemleri çözmek için içtenlikle davranmaları
Karşılık verebilmek	- Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olması - Derslerin vaktinde başlaması - Derslerin ne zaman yapılacağı ile ilgili bilgilerin öğrencilere verilmesi - Öğrencilere verilen hizmetlerin, bekletmeden hızlı bir şekilde verilmesi - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmaması
Yeterlilik	- Eğitim kurumu çalışanlarının yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olması
Ulaşılabilirlik	- Eğitim kurumunun kolay ulaşılabilir bir yerde olması
Saygı	- Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermesi
İletişim	- Öğrencilerin şikayet ve önerilerinin dikkate alınması - Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencilerin haberdar edilmeleri
İnanılrlık	- Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması - Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin yeterliliği ve güncelliği - Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisi yeterliliği - Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterliliği - Öğrencilerin derslerde başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri
Güvenlik	- Eğitim kurumunun öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutması
Müşteriyi-Öğrenciyi anlamak	- Derslerin öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmesi - Eğitim kurumu çalışanlarının öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması
Fiziksel varlıklar	- Eğitim kurumunun fiziki ortamının modern görünümlü olması - Eğitim kurumunun binasının görsel olarak çekici olması - Eğitim kurumunun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması - Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması - Eğitim kurumu çalışanlarının düzgün görünümlü, temiz ve bakımlı olmaları - Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterliliği

Kaynak: Okumuş ve Duygun (2008: 23).

3.3.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan İfadeler

Araştırmada veri toplamak için anket metodu kullanılmıştır. Bu ankette kullanılan ifadeler, hizmet kalitesine yönelik 33 madde ve sosyo-demografik özellikleri ölçen beş madde ve genel memnuniyet düzeyini ölçen bir maddeden oluşmakta olup şu şekildedir:

1. Okulun fiziki ortamının modern görünüşlü olması
2. Okul binasının görsel olarak çekici olması
3. Okulun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması
4. Okul çalışanlarının düzgün görünüşlü, temiz ve bakımlı olması
5. Sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olması
6. Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olması
7. Derslerin ders programına uygun olarak yapılması
8. Derslerin vaktinde yapılması
9. Derslerde anlatılanların teorik düzeyinin yeterli seviyede olması
10. Derslerin öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmesi
11. Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması
12. Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin yeterli ve güncel olması
13. Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisinin yeterli düzeyde olması
14. Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterli düzeyde olması
15. Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgilerin verilmesi
16. Okulun öğrenci merkezli ders programı hazırlaması
17. Öğrencilerle ilgili kayıtların hatasız tutulması
18. Okulun öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmesi
19. Okulun öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmesi
20. Öğrencilerin şikayet ve önerilerinin dikkate alınması
21. Okulun öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması
22. Öğrencilerin ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmesi
23. Okul çalışanlarının öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olması
24. Okul çalışanlarının öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi
25. Okul çalışanlarının öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmaması
26. Okulun öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmaması

27. Okul çalışanlarının eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahip olmaları
28. Okulun öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermesi
29. Öğrencilerin sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri
30. Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrencilerin haberdar edilmeleri
31. Okul çalışanlarının öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermeleri
32. Okulun öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutması
33. Okulun kolay ulaşılabilir bir yerde olması

Sosyo-demografik ifadeler:

1. Sınıf
2. Cinsiyet
3. Nakil olunan okul türü
4. Ailenin aylık geliri
5. Temel liseyi tercih etme sebebi

Ve genel memnuniyet düzeyini ölçen bir ifade yer almaktadır.

Tablo 9: Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Değişkenler	Kullanılan Ölçek
Öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin beklentileri	5’li likert ölçeğiyle hazırlanmış 33 değişken
Öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin algılamaları	5’li likert ölçeğiyle hazırlanmış 33 değişken
Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyi	5’li likert ölçeğiyle hazırlanmış 1 değişken
Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri	Kategorik sorulardan oluşan 5 değişken

3.3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada kullanılan SERVQUAL ölçeğindeki değişkenler ele alındığında araştırma hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 1

H₁: Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında

istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Hipotez 2

H₂: Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Hipotez 3

H₃: Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

3.3.5. Araştırmada Kullanılan Analiz Teknikleri

Araştırmada verilerin analizi için SPSS 15.0 paket programı kullanılmıştır. Kullanılan analiz yöntemleri Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Veri Analizinde Kullanılacak Yöntemler

Amaç	Yöntem
Öğrencilerin cevap dağılımlarını görebilmek için	Frekans, yüzde dağılımları ve betimleyici istatistikler
Ölçeklerin güvenilirliğini saptamak için	Güvenilirlik Analizi
1. Hipotez için	Bağımsız Örneklem T Testi
2. ve 3. Hipotez için	Korelasyon Analizi
Demografik özellikler arasındaki ilişkiyi görebilmek için	Ki Kare Bağımsızlık Testi

3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada kullanılan ankete dair yapılan analizlerden elde edilen frekans dağılımları, yüzdelere, ortalamalar ve değişkenler arasındaki ilişkiler bu kısımda incelenmiştir.

3.4.1. Betimleyici İstatistikler

Ankette öğrencilerin demografik özelliklerini ölçmekte olan değişkenlerden sınıf, cinsiyet ve ailenin aylık geliriyle ilgili bilgilerden elde edilen istatistiki veriler bu kapsamdadır. Bunlardan öğrencilerin cinsiyet dağılımı için Tablo 11 aşağıda verilmiştir.

Tablo 11: Cinsiyet Değişkenine İlişkin Frekans Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
Bay	120	44,4
Bayan	150	55,6
Toplam	270	100,0

Örneklem kütesindeki öğrencilerin cinsiyet dağılımı incelendiğinde öğrencilerin % 44,4'ünü erkekler, % 55,6'sını da bayanlar oluşturmaktadır. Bayan sayısının erkek sayısına oranla daha fazla olduğu görülmektedir.

Örneklem kütesindeki öğrenciler bulundukları sınıf değişkenine göre incelendiğinde;

Tablo 12: Sınıf Değişkenine İlişkin Frekans Dağılımı

Sınıf	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
9. Sınıf	31	11,5
10. Sınıf	41	15,2
11. Sınıf	50	18,5
12. Sınıf	148	54,8
Toplam	270	100,0

Bu tabloya göre örneklemimizdeki temel liseleri % 54,8 yüzdellekle daha çok 12. sınıf öğrencileri tercih etmiştir.

Örneklem kütesindeki öğrencilerin ailelerinin aylık gelir değişkenine ilişkin frekans dağılımı Tablo 13'teki gibidir.

Tablo 13: Aylık Gelir Değişkenine İlişkin Frekans Dağılımı

Aylık Gelir	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
0-1000 TL	24	8,9
1001-2000 TL	65	24,1
2001-3000 TL	28	28,9
3001 TL ve üzeri	103	38,1
Toplam	270	100,0

Bu tabloya göre temel liseleri tercih eden ailelerin ancak % 38, 1'inin aylık geliri 3000 TL'nin üzerindedir.

3.4.2. Öğrencilerin Eğitim Hizmetleriyle İlgili Genel Memnuniyet Düzeyleri

Öğrencilerin bulundukları temel lisedeki eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyine ilişkin dağılım Tablo 14'teki gibidir.

Tablo 14: Genel Memnuniyet Düzeyine İlişkin Dağılım

Memnuniyet Düzeyi	Sıklık Dağılım (n)	Yüzde Dağılım (%)
Çok memnunum	54	20,0
Memnunum	114	42,2
Ne memnunum ne memnun değilim	66	24,4
Memnun değilim	14	5,2
Hiç memnun değilim	22	8,1
Toplam	270	100,0

Bu tabloya göre öğrencilerin %62,2'si memnunum ve çok memnunum seçeneklerini işaretlemişlerdir.

3.4.3. Öğrencilerin Eğitim Hizmetlerinden Beklentileri ve Algılamaları

Öğrencilerin eğitim hizmetlerine dair beklentileriyle ilgili ifadeler ve verdikleri cevaplara göre dağılımları bu kısımda incelenecektir. Tablo 15'in sütunlarında yer alan 1-5 arası değerler şu anlamlara gelmektedir:

1. Kesinlikle katılmıyorum
2. Kısmen katılmıyorum
3. Ne katılıyorum ne katılmıyorum
4. Kısmen katılıyorum
5. Kesinlikle katılıyorum

Tablo 15'in satırlarında yer alan B1-B33 arası ifadeler ise aşağıdaki gibidir:

- B1. Okulun fiziki ortamı modern görünümlü olmalıdır.
- B2. Okul binası görsel olarak çekici olmalıdır.
- B3. Okulun fiziki ortamı temiz ve düzenli olmalıdır.
- B4. Okul çalışanları düzgün görünümlü, temiz ve bakımlı olmalıdır.
- B5. Sınıf ortamları ders yapmaya uygun olmalıdır.
- B6. Derslerde kullanılan eğitim materyalleri yeterli düzeyde olmalıdır.
- B7. Dersler ders programına uygun olarak yapılmalıdır.
- B8. Dersler vaktinde yapılmalıdır.
- B9. Derslerde anlatılanların teorik düzeyi yeterli seviyede olmalıdır.
- B10. Dersler öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmelidir.
- B11. Öğretmenler konularında uzman ve bilgili olmalıdır.
- B12. Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örnekler yeterli ve güncel olmalıdır.
- B13. Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisi yeterli düzeyde olmalıdır.
- B14. Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisi yeterli düzeyde olmalıdır.
- B15. Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgiler verilmelidir.
- B16. Okul öğrenci merkezli ders programı hazırlamalıdır.
- B17. Öğrencilerle ilgili kayıtlar hatasız tutulmalıdır.
- B18. Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmelidir.
- B19. Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmelidir.
- B20. Öğrencilerin şikayet ve önerileri dikkate alınmalıdır.
- B21. Okul öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır.
- B22. Öğrenciler ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde

alabilmelidir.

B23. Okul çalışanları öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olmalıdır.

B24. Okul çalışanları öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermelidir.

B25. Okul çalışanları öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmamalıdır.

B26. Okul öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmamalıdır.

B27. Okul çalışanları eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahip olmalıdır.

B28. Okul öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermelidir.

B29. Öğrenciler sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmelidir.

B30. Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrenciler haberdar edilmelidir.

B31. Okul çalışanları öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermelidir.

B32. Okul öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutmalıdır.

B33. Okul kolay ulaşılabilir bir yerde olmalıdır.

Tablo 15: Öğrencilerin Beklentilerine İlişkin Frekanslar

Beklentiler	1	2	3	4	5
B1	7	1	21	44	197
B2	4	8	25	53	180
B3	1	2	9	17	241
B4	3	5	11	35	216
B5	2	2	4	11	251
B6	3	1	9	14	243
B7	10	4	13	23	220
B8	7	3	10	19	231
B9	1	2	7	19	241
B10	3	1	8	13	245
B11	2	3	6	12	247
B12	2	2	6	18	242
B13	2	1	7	15	245
B14	1	2	7	13	247
B15	14	2	13	18	223
B16	3	2	17	20	228
B17	9	7	11	21	222
B18	2	2	8	12	246

B19	3	1	7	22	237
B20	1	1	2	16	250
B21	2	3	8	29	228
B22	3	3	13	23	228
B23	4	5	7	26	228
B24	4	3	4	15	244
B25	2	3	11	18	236
B26	2	0	6	12	250
B27	2	2	5	14	247
B28	2	2	2	13	251
B29	2	5	4	20	239
B30	5	1	6	15	243
B31	3	2	8	20	237
B32	5	0	6	8	251
B33	5	3	4	15	243

Tablo 15'e bakıldığında büyük çoğunlukla 4 (kısmen katılıyorum) ve 5 (kesinlikle katılıyorum) seçenekleri tercih edilmiştir. Bu da öğrencilerin beklentilerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin eğitim hizmetlerine dair algılarıyla ilgili ifadeler ve verdikleri cevaplara göre dağılımları Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16'nın sütunlarında yer alan 1-5 arası değerler şu anlamlara gelmektedir:

1. Kesinlikle katılmıyorum
2. Kısmen katılmıyorum
3. Ne katılıyorum ne katılmıyorum
4. Kısmen katılıyorum
5. Kesinlikle katılıyorum

Ayrıca Tablo 16'nın satırlarında yer alan A1-A33 arası ifadeler aşağıdaki gibidir:

- A1. Okulun fiziki ortamı modern görünümlüdür.
- A2. Okul binası görsel olarak çekicidir.
- A3. Okulun fiziki ortamı temiz ve düzenlidir.
- A4. Okul çalışanları düzgün görünümlü, temiz ve bakımlıdır.
- A5. Sınıf ortamları ders yapmaya uygundur.

- A6. Derslerde kullanılan eğitim materyalleri yeterli düzeydedir.
- A7. Dersler ders programına uygun olarak yapılmaktadır.
- A8. Dersler vaktinde yapılmaktadır.
- A9. Derslerde anlatılanların teorik düzeyi yeterli seviyededir.
- A10. Dersler öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmektedir.
- A11. Öğretmenler konularında uzman ve bilgilidir.
- A12. Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örnekler yeterli ve günceldir.
- A13. Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisi yeterli düzeydedir.
- A14. Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisi yeterli düzeydedir.
- A15. Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgiler verilmektedir.
- A16. Okul öğrenci merkezli ders programı hazırlamaktadır.
- A17. Öğrencilerle ilgili kayıtlar hatasız tutulmaktadır.
- A18. Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmektedir.
- A19. Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmektedir.
- A20. Öğrencilerin şikayet ve önerileri dikkate alınmaktadır.
- A21. Okul öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlamaktadır.
- A22. Öğrenciler ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmektedir.
- A23. Okul çalışanları öğrencilere hizmet etmeye her zaman isteklidir.
- A24. Okul çalışanları öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermektedir.
- A25. Okul çalışanları öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul değildir.
- A26. Okul öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmamaktadır.
- A27. Okul çalışanları eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahiptir.
- A28. Okul öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermektedir.
- A29. Öğrenciler sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmektedir.
- A30. Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrenciler haberdar edilmektedir.
- A31. Okul çalışanları öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermektedir.
- A32. Okul öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutmaktadır.
- A33. Okul kolay ulaşılabilir bir yerdedir.

Tablo 16: Öğrencilerin Algılarına İlişkin Frekanslar

Algılamalar	1	2	3	4	5
A1	49	29	63	50	79
A2	77	32	54	34	73
A3	16	28	43	63	120
A4	16	8	27	64	155
A5	22	13	29	65	141
A6	25	19	41	43	142
A7	40	18	26	54	132
A8	24	12	19	50	165
A9	17	8	37	59	149
A10	20	11	27	48	164
A11	15	5	24	41	185
A12	14	10	24	58	164
A13	14	12	37	47	160
A14	14	16	30	61	149
A15	18	10	25	42	175
A16	46	18	37	45	124
A17	19	10	30	54	157
A18	41	17	36	50	126
A19	49	18	48	50	105
A20	50	17	40	55	108
A21	42	24	51	49	104
A22	39	24	53	43	111
A23	34	23	42	46	125
A24	32	20	36	49	133
A25	30	16	38	62	124
A26	56	16	42	36	120
A27	21	16	27	51	155
A28	21	8	31	63	147
A29	29	11	43	51	136
A30	30	16	25	52	147
A31	27	14	36	55	138
A32	27	7	32	42	162
A33	30	9	15	33	183

Tablo 16'ya bakıldığında algılamalarda da büyük çoğunlukla 4 (kısmen katılıyorum) ve 5 (kesinlikle katılıyorum) seçenekleri tercih edilmiştir.

3.4.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik kavramı, yapılan her ölçüm için geçerlidir. Çünkü güvenilirlik bir test ya da ankette yer alan soruların birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derece yansıttığını ifade eder. Güvenilirlik analizi, ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir. Bu yöntemde kullanılan Alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği şöyle yorumlanır (Kalaycı, 2010: 405):

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

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir, ve

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

3.4.4.1. Öğrencilerin Beklentilerine İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Beklenti ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 17: Beklentilere İlişkin Ölçek İstatistikleri

Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
157,7815	211,770	14,55232	33

Tablo 18: Beklentilere İlişkin Güvenilirlik İstatistikleri

Alfa Katsayısı	Standardize Edilmiş Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı
0,960	0,966	33

Ölçeğin Alfa katsayısı 0,960 ($0,80 \leq \alpha < 1$) çıktığından ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksektir. Ayrıca maddelerden herhangi birini çıkardığımızda bu katsayı pek fazla değişmediğinden maddeleri çıkarmadan ölçeği kullanabiliriz.

3.4.4.2. Öğrencilerin Algılamalarına İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Algı ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 19: Algılamalara İlişkin Ölçek İstatistikleri

Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
129,6963	1169,052	34,19141	33

Tablo 20: Algılamalara İlişkin Güvenilirlik İstatistikleri

Alfa Katsayısı	Standardize Edilmiş Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı
0,979	0,980	33

Ölçeğin Alfa katsayısı 0,979 ($0,80 \leq \alpha < 1$) çıktığından ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksektir. Ayrıca maddelerden herhangi birini çıkardığımızda bu katsayı pek fazla değişmediğinden maddeleri çıkarmadan ölçeği kullanabiliriz.

3.4.5. Öğrencilerin Eğitim Hizmetlerine İlişkin Beklenti ve Algılamaları

Buradaki tablolarda örnek kütlemizin beklenti ve algılamalarının ortalama ve standart sapmaları verilmiş ve buna göre hangi seçeneğin ne oranda tercih edildiği görülmüştür. Tablo 21’de öğrencilerin beklentilerine dair istatistikler verilmiştir.

Tablo 21: Öğrencilerin Beklenti Ortalamalarının Kararsız (3) Ortalamaya Göre Anlamlı Farklılıkları

Beklentiler	Ortalama	Standart Sapma	N	Anlamlılık Düzeyi
B1	4,5667	,85859	270	,000
B2	4,4704	,89039	270	,000
B3	4,8333	,54364	270	,000
B4	4,6889	,73638	270	,000
B5	4,8778	,52082	270	,000
B6	4,8259	,60610	270	,000
B7	4,6259	,93112	270	,000
B8	4,7185	,81027	270	,000
B9	4,8407	,52503	270	,000

B10	4,8370	,59374	270	,000
B11	4,8481	,57447	270	,000
B12	4,8370	,56156	270	,000
B13	4,8519	,53874	270	,000
B14	4,8630	,50986	270	,000
B15	4,6074	1,00257	270	,000
B16	4,7333	,70789	270	,000
B17	4,6296	,93460	270	,000
B18	4,8444	,57022	270	,000
B19	4,8111	,60163	270	,000
B20	4,9000	,41487	270	,000
B21	4,7704	,62703	270	,000
B22	4,7407	,70011	270	,000
B23	4,7370	,73249	270	,000
B24	4,8222	,64947	270	,000
B25	4,7889	,63646	270	,000
B26	4,8815	,48856	270	,000
B27	4,8593	,54073	270	,000
B28	4,8852	,50071	270	,000
B29	4,8111	,61989	270	,000
B30	4,8148	,66439	270	,000
B31	4,8000	,63128	270	,000
B32	4,8519	,62795	270	,000
B33	4,8074	,68977	270	,000

Öğrencilerin beklentileriyle ilgili verilen ifadelerden elde edilen ortalamaların 3 seçeneği olan kararsız ortalamaya göre anlamlı farklılıkları araştırılmıştır. Beklentiyi ifade eden soruların tümünde 0,000 önem seviyesi olasılıklarından anlamlı farklılık elde edilmiştir.

B1: Öğrenciler 4,5667 ortalama ile okulun fiziki ortamının modern görünümlü olmasını kesinlikle beklemektedir.

B2: Öğrenciler 4,4704 ortalama ile okul binasının görsel olarak çekici olmasını beklemektedirler.

B3: Öğrenciler 4,8333 ortalama ile okulun fiziki ortamının temiz ve düzenli olmasını,

- B4: Öğrenciler 4,6889 ortalama ile okul çalışanlarının düzgün görünüşlü, temiz ve bakımlı olmasını,
- B5: Öğrenciler 4,8778 ortalama ile sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olmasını,
- B6: Öğrenciler 4,8259 ortalama ile derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olmasını,
- B7: Öğrenciler 4,6259 ortalama ile derslerin ders programına uygun olarak yapılmasını,
- B8: Öğrenciler 4,7185 ortalama ile derslerin vaktinde yapılmasını,
- B9: Öğrenciler 4,8407 ortalama ile derslerde anlatılanların teorik düzeyinin yeterli olmasını,
- B10: Öğrenciler 4,8370 ortalama ile derslerin anlayabilecekleri şekilde işlenmesini,
- B11: Öğrenciler 4,8481 ortalama ile öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olmasını,
- B12: Öğrenciler 4,8370 ortalama ile öğretmenlerin derste verdikleri örneklerin yeterli ve güncel olmasını,
- B13: Öğrenciler 4,8519 ortalama ile öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisinin yeterli düzeyde olmasını,
- B14: Öğrenciler 4,8630 ortalama ile öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterli düzeyde olmasını,
- B15: Öğrenciler 4,6074 ortalama ile kendilerine derse ne zaman gireceklerine dair bilginin verilmesini,
- B16: Öğrenciler 4,7333 ortalama ile kendilerini merkeze alan bir ders programı hazırlanmasını,
- B17: Öğrenciler 4,6296 ortalama ile kendileriyle ilgili kayıtların hatasız tutulmasını,
- B18: Öğrenciler 4,8444 ortalama ile karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabanın sarf edilmesini,
- B19: Öğrenciler 4,8111 ortalama ile karşılaştıkları problemlerim hızlı bir şekilde çözülmesini,
- B20: Öğrenciler 4,9000 ortalama ile şikayet ve önerilerinin dikkate alınmasını,
- B21: Öğrenciler 4,7704 ortalama ile özel istek ve ihtiyaçlarının dikkate alınmasını,
- B22: Öğrenciler 4,7407 ortalama ile ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden hızlı bir şekilde alabilmeyi,
- B23: Öğrenciler 4,7370 ortalama ile okul çalışanlarının kendilerine hizmet etmeye her zaman istekli olmasını,

- B24: Öğrenciler 4,8222 ortalama ile çalışanların kendilerine saygı ve ilgi göstermelerini,
- B25: Öğrenciler 4,7889 ortalama ile okul çalışanlarının kendileriyle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmamalarını,
- B26: Öğrenciler 4,8815 ortalama ile okulun gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmamasını,
- B27: Öğrenciler 4,8593 ortalama ile okul çalışanlarının gerekli hizmet ve deneyime sahip olmalarını,
- B28: Öğrenciler 4,8852 ortalama ile sınavlarda başarılı olabilmeleri için gerekli özenin gösterilmesini,
- B29: Öğrenciler 4,8111 ortalama ile sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenebilmeyi,
- B30: Öğrenciler 4,8148 ortalama ile eğitimde meydana gelen özel durum ve aksaklıklardan haberdar edilmeyi,
- B31: Öğrenciler 4,8000 ortalama ile okul çalışanlarının bütün içtenlikleriyle hizmet vermesini,
- B32: Öğrenciler 4,8519 ortalama ile okulun kendilerinin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutmasını,
- B33: Öğrenciler 4,8074 ortalama ile okulun kolay ulaşılabilir bir yerde olmasını kesinlikle beklemektedir.

Bu maddeler genel olarak incelendiğinde ortalamaların 4,5'in üzerinde olduğu görülmekte, bu da bize öğrencilerin temel liselerden alacakları eğitim hizmetlerinden beklentilerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Eğitim hizmetleri için bu okullara belirli bir ücret ödenmesi, bu okulların öğrenciler tarafından özel okul statüsünde değerlendirilmeleri de bu beklentinin artmasında etkili olabilir.

Tablo 22'de ise öğrencilerin bulundukları temel lisedeki eğitim hizmetlerine ilişkin algılamalarına yer verilmiştir.

Tablo 22: Öğrencilerin Algı Ortalamalarının Kararsız (3) Ortalamaya Göre Anlamlı Farklılıkları

Algılamalar	Ortalama	Standart Sapma	N	Anlamlılık Düzeyi
A1	3,3000	1,45144	270	,001
A2	2,9778	1,57332	270	,817
A3	3,9000	1,24402	270	,000
A4	4,2370	1,12892	270	,000
A5	4,0741	1,24733	270	,000
A6	3,9556	1,34062	270	,000
A7	3,8148	1,46932	270	,000
A8	4,1852	1,27711	270	,000
A9	4,1667	1,16245	270	,000
A10	4,2037	1,22519	270	,000
A11	4,3926	1,09474	270	,000
A12	4,2889	1,11005	270	,000
A13	4,2111	1,15518	270	,000
A14	4,1667	1,15925	270	,000
A15	4,2815	1,18949	270	,000
A16	3,6778	1,51690	270	,000
A17	4,1852	1,20214	270	,000
A18	3,7519	1,47138	270	,000
A19	3,5333	1,50241	270	,000
A20	3,6815	2,34450	270	,000
A21	3,5519	1,46175	270	,000
A22	3,6037	1,45387	270	,000
A23	3,7593	1,42906	270	,000
A24	3,8556	1,40547	270	,000
A25	3,8667	1,35130	270	,000
A26	3,5481	1,58393	270	,000
A27	4,1222	1,26574	270	,000
A28	4,1370	1,21013	270	,000
A29	3,9407	1,34005	270	,000
A30	4,0000	1,37151	270	,000
A31	3,9741	1,32578	270	,000
A32	4,1296	1,30834	270	,000

A33	4,2222	1,35057	270	,000
------------	--------	---------	-----	------

Algılamalarla ilgili ifadelerin 3 ortalama göre anlamlı farklılıklarının tek örneklem t testi ile araştırılmasıyla ikinci madde (okul binası görsel olarak çekicidir) dışında tüm ifadelerde 0, 05'ten küçük önem seviyelerinde anlamlı farklılık elde edilmiştir. Öğrenciler okul binasının çekiciliği konusunda kararsız kalmışlardır.

A1: Öğrenciler 3,3000 ortalama ile okulun fiziki ortamının modern görünüşlü olduğunu düşünmektedir ve bu ortalama kararsız anlamına gelen 3 seçeneğinin biraz üzerindedir.

A2: Öğrenciler 2,9778 ortalama ile okul binasının görsel olarak çekiciliği noktasında kararsızdırlar.

A3: Öğrenciler 3,9000 ortalama ile okulun fiziki ortamının temiz ve düzenli olduğunu düşünmektedir.

A4: Öğrenciler 4,2370 ortalama ile okul çalışanlarının düzgün görünüşlü, temiz ve bakımlı olduğunu düşünmektedir.

A5: Öğrenciler 4,0741 ortalama ile sınıf ortamlarının ders yapmaya uygun olduğunu kesinlikle düşünmektedir.

A6: Öğrenciler 3,9556 ortalama ile derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterli düzeyde olduğunu düşünmektedir.

A7: Öğrenciler 3,8148 ortalama ile derslerin ders programına uygun olarak yapıldığını düşünmektedir.

A8: Öğrenciler 4,1852 ortalama ile derslerin vaktinde yapıldığını düşünmektedir.

A9: Öğrenciler 4,1667 ortalama ile derslerde anlatılanların teorik düzeyinin yeterli olduğunu düşünmektedir.

A10: Öğrenciler 4,2037 ortalama ile derslerin anlayabilecekleri şekilde işlendiğini düşünmektedir.

A11: Öğrenciler 4,3926 ortalama ile öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olduğunu düşünmektedir.

A12: Öğrenciler 4,2889 ortalama ile öğretmenlerin derste verdikleri örneklerin yeterli ve güncel olduğunu düşünmektedir.

A13: Öğrenciler 4,2111 ortalama ile öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisinin yeterli düzeyde olduğunu düşünmektedir.

A14: Öğrenciler 4,1667 ortalama ile öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisinin yeterli düzeyde olduğunu düşünmektedir.

A15: Öğrenciler 4,2815 ortalama ile kendilerine derse ne zaman gireceklerine dair bilginin verildiğini düşünmektedir.

A16: Öğrenciler 3,6778 ortalama ile kendilerini merkeze alan bir ders programı hazırlandığını düşünmektedir.

A17: Öğrenciler 4,1852 ortalama ile kendileriyle ilgili kayıtların hatasız tutulduğunu düşünmektedir.

A18: Öğrenciler 3,7519 ortalama ile karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabanın sarf edildiğini düşünmektedir.

A19: Öğrenciler 3,5333 ortalama ile karşılaştıkları problemlerim hızlı bir şekilde çözüldüğünü düşünmektedir.

A20: Öğrenciler 3,6815 ortalama ile şikayet ve önerilerinin dikkate alındığını düşünmektedir.

A21: Öğrenciler 3,5519 ortalama ile özel istek ve ihtiyaçlarının dikkate alındığını düşünmektedir.

A22: Öğrenciler 3,6037 ortalama ile ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden hızlı bir şekilde alabildiklerini düşünmektedir.

A23: Öğrenciler 3,7593 ortalama ile okul çalışanlarının kendilerine hizmet etmeye her zaman istekli olduğunu düşünmektedir.

A24: Öğrenciler 3,8556 ortalama ile çalışanların kendilerine yeterli saygı ve ilgi gösterdiklerini düşünmektedir.

A25: Öğrenciler 3,8667 ortalama ile okul çalışanlarının kendileriyle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmadıklarını düşünmektedir.

A26: Öğrenciler 3,5481 ortalama ile okulun gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmadığını düşünmektedir.

A27: Öğrenciler 4,1222 ortalama ile okul çalışanlarının gerekli hizmet ve deneyime sahip olduklarını düşünmektedir.

A28: Öğrenciler 4,1370 ortalama ile sınavlarda başarılı olabilmeleri için gerekli özenin gösterildiğini düşünmektedir.

A29: Öğrenciler 3,9407 ortalama ile sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvendiklerini düşünmektedir.

A30: Öğrenciler 4,0000 ortalama ile eğitimde meydana gelen özel durum ve aksaklıklardan haberdar edildiklerini düşünmektedir.

A31: Öğrenciler 3,9741 ortalama ile okul çalışanlarının bütün içtenlikleriyle hizmet verdiklerini düşünmektedir.

A32: Öğrenciler 4,1296 ortalama ile okulun kendilerinin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tuttuğunu düşünmektedir.

A33: Öğrenciler 4,2222 ortalama ile okulun kolay ulaşılabilir bir yerde olduğunu düşünmektedir.

Bu maddeler genel olarak değerlendirildiğinde öğrenciler okul binasının çekiciliği dışında algı anketinin ölçtüğü temel liselerin sundukları hizmetlerden memnun kalmışlardır.

Genel algı ve beklenti ortalamaları için Tablo 23'e bakacak olursak;

Tablo 23: Genel Algı ve Beklenti Ortalamaları

	Ortalama	Standart Sapma	N	Anlamlılık Düzeyi
Algılamalar	3,9302	1,03610	270	,000
Beklentiler	4,7813	0,44098	270	

Bu verilere bakıldığında, öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin ortalamalarının genel olarak beklentilerindeki hizmetlerin ortalamalarından düşük olduğu görülmektedir. Öğrencilerin karşılaştıkları hizmet sunumu bekledikleri hizmet sunumunun altında kalmış, bu da bize beklentilerin çok yüksek olmasından dolayı bir memnuniyetsizlik olduğunu göstermiştir. Ayrıca algılamaların ve beklentilerin ortalamaları arasındaki anlamlılık düzeyi 0,000 olup bu iki değişkenin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğu ortaya konmuştur.

3.4.6. Öğrencilerin Beklenti ve Algılamaları Arasındaki Farkın İncelenmesi

Örnek kütlenin beklenti ve algıları arasındaki fark, algılanan hizmet kalitesini göstermektedir. Bu fark aynı zamanda 1. Hipotezle ilişkilidir. Hipotez şu şekildedir:
H₁: Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Bu farkı ölçmek için bağımsız örneklem t testi kullanılacaktır.

Tablo 24: Beklenti ve Algı Ortalamaları Arasındaki Farkın Ölçümüne İlişkin T Testi Sonuçları

	Ortalamalar Farkı	Standart Sapma	Standart Hata	T Değeri	Anlamlılık Düzeyi
B1-A1	1,26667	1,69933	,10342	12,248	,000
B2-A2	1,49259	1,77077	,10777	13,850	,000
B3-A3	,93333	1,31731	,08017	11,642	,000
B4-A4	,45185	1,36455	,08304	5,441	,000
B5-A5	,80370	1,25931	,07664	10,487	,000
B6-A6	,87037	1,38562	,08433	10,321	,000
B7-A7	,81111	1,66683	,10144	7,996	,000
B8-A8	,53333	1,38661	,08439	6,320	,000
B9-A9	,67407	1,17805	,07169	9,402	,000
B10-A10	,63333	1,25355	,07629	8,302	,000
B11-A11	,45556	1,16160	,07069	6,444	,000
B12-A12	,54815	1,16145	,07068	7,755	,000
B13-A13	,64074	1,19502	,07273	8,810	,000
B14-A14	,69630	1,17137	,07129	9,767	,000
B15-A15	,32593	1,39478	,08488	3,840	,000
B16-A16	1,05556	1,58544	,09649	10,940	,000
B17-A17	,44444	1,42816	,08692	5,114	,000
B18-A18	1,09259	1,54087	,09377	11,651	,000
B19-A19	1,27778	1,55944	,09490	13,464	,000
B20-A20	1,21852	2,35360	,14324	8,507	,000
B21-A21	1,21852	1,59938	,09734	12,519	,000
B22-A22	1,13704	1,61076	,09803	11,599	,000
B23-A23	,97778	1,58039	,09618	10,166	,000
B24-A24	,96667	1,51166	,09200	10,508	,000
B25-A25	,92222	1,44974	,08823	10,453	,000
B26-A26	1,33333	1,67199	,10175	13,104	,000
B27-A27	,73704	1,27942	,07786	9,466	,000
B28-A28	,74815	1,21770	,07411	10,095	,000

B29-A29	,87037	1,36671	,08318	10,464	,000
B30-A30	,81481	1,42043	,08644	9,426	,000
B31-A31	,82593	1,39412	,08484	9,735	,000
B32-A32	,72222	1,36631	,08315	8,686	,000
B33-A33	,58519	1,41361	,08603	6,802	,000

Tabloya baktığımızda önem seviyesi 0,05'ten küçük olduğundan H_1 kabul edilir. Yani öğrencilerin eğitim hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. Ayrıca t değerlerinin (beklenti-algı) hepsi pozitif çıkmış, bu da bize öğrencilerin eğitim hizmetlerindeki algılamalarının beklentilerinin altında kaldığını göstermektedir.

Yine t değerlerine bakıldığında, bu değer en yüksek olduğu maddeler hizmet kalitesi farklılığına en çok katkıyı yapan maddelerdir. Bu maddeler şu şekildedir:

- A1: Okulun fiziki ortamının modern görünümlü olması
- A2: Okul binasının görsel olarak çekici olması
- A3: Okulun fiziki ortamının temiz ve düzenli olması
- A18: Okulun öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmesi
- A19: Okulun öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmesi
- A21: Okulun öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlaması
- A22: Öğrencilerin ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmesi
- A26: Okulun öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmaması

3.4.7. Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleriyle Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Örnek kütlemizin sosyo-demografik özellikleriyle algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelenecek olup bu aynı zamanda 2. hipotezi oluşturmaktadır. Hipotez şu şekildedir:

H_2 : Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi

arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Sosyo-demografik özelliklerden sadece sınıf, cinsiyet ve ailenin gelir durumu dikkate alınacaktır. Bu özelliklerle algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki Korelasyon analiziyle ölçülecektir.

Öğrencilerin bulunduğu sınıf düzeyi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişki Tablo 25’te verilmiştir.

Tablo 25: Sınıf ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

	Algılanan Hizmet Kalitesi
Spearman’s Sınıf Korelasyon Katsayısı	-,062
rho Anlamlılık Düzeyi(çift taraflı)	,312
N	270

Tablo 25 incelendiğinde sınıf ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki anlamlılık düzeyi 0,312 olarak bulunmuştur. Buna göre H_2 hipotezi reddedilir. Yani öğrencilerin bulunduğu sınıf düzeyi ve algılanan hizmet kalitesi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Öğrencilerin cinsiyeti ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişki Tablo 26’da verilmiştir.

Tablo 26: Cinsiyet ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

	Algılanan Hizmet Kalitesi
Spearman’s Cinsiyet Korelasyon Katsayısı	,025
rho Anlamlılık Düzeyi(çift taraflı)	,679
N	270

Tablo 26 incelendiğinde cinsiyet ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki anlamlılık düzeyi 0,679 olarak bulunmuştur. Bu durumda H_2 hipotezi reddedilir. Yani öğrencilerin cinsiyeti ve algılanan hizmet kalitesi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Öğrencilerin ailelerinin gelir durumu ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişki Tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27: Ailenin Gelir Durumu ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

	Algılanan Hizmet Kalitesi
Spearman's Gelir Korelasyon Katsayısı	,081
rho Anlamlılık Düzeyi(çift taraflı)	,187
N	270

Tablo 27 incelendiğinde ailenin aylık geliri ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki anlamlılık düzeyi 0,187 olarak bulunmuştur. Buna göre H_2 hipotezi reddedilir. Bu da bize öğrencilerin ailesinin gelir durumu ile algılanan hizmet kalitesi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir.

3.4.8. Genel Memnuniyet Düzeyi İle Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Örnek kütlemizin genel memnuniyet düzeyi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelenmiş olup bu da 3. Hipotezi oluşturmaktadır. Hipotez şu şekildedir:

H_3 : Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 28: Genel Memnuniyet Düzeyi ve Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

	Algılanan Hizmet Kalitesi
Spearman's Memnuniyet Korelasyon Katsayısı	,644**
rho Anlamlılık Düzeyi(çift taraflı)	,000
N	270

Tablo 28 incelendiğinde genel memnuniyet düzeyi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki anlamlılık düzeyi 0,000 olarak bulunmuştur. Buna göre H_3 hipotezi kabul edilir. Yani öğrencilerin genel memnuniyet düzeyi ile algılanan hizmet kalitesi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca bu ilişki pozitif yönlü olup, genel memnuniyet düzeyi arttıkça algılanan hizmet kalitesi de artmaktadır.

3.4.9. İzmir ve Manisa İllerindeki Temel Liselerin Hizmet Kalitelerinin Karşılaştırılması

İzmir ve Manisa'daki temel liselerin bulundukları illerdeki bütün temel liseleri ortalama olarak temsil ettiği varsayımına dayanarak bu okulların ayrı ayrı istatistiki verileri aşağıdaki tablolarda incelenmiştir.

3.4.9.1. İzmir İlindeki Temel Lisenin İstatistiki Verileri

Tablo 29: İzmir İlindeki Temel Lisenin Sınıf Değişkenine İlişkin Dağılımı

Sınıf	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
9. Sınıf	25	12,5
10. Sınıf	32	16,0
11. Sınıf	28	14,0
12. Sınıf	115	57,5
Toplam	200	100,0

Tablo 29'a bakıldığında öğrencilerin büyük çoğunluğunun 12.sınıf öğrencisi olduğu görülmektedir.

Tablo 30: İzmir İlindeki Temel Lisenin Cinsiyet Değişkenine İlişkin Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
Bay	87	43,5
Bayan	113	56,5
Toplam	200	100,0

Tablo 30'a göre öğrencilerin % 43,5'ini erkek öğrenciler, % 56,5'ini de kız öğrenciler oluşturmakta olup kız öğrenci sayısı çoğunluktadır.

Tablo 31: İzmir İlindeki Temel Lisenin Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Dağılımı

Aylık Gelir	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
0-1000 TL	22	11,0
1001-2000 TL	46	23,0
2001-3000 TL	60	30,0
3001 TL ve üzeri	72	36,0
Toplam	200	100,0

Tablo 31’e göre temel liseyi tercih eden öğrencilerin büyük çoğunluğunun (% 66) ailelerinin aylık geliri 2000 TL ve üzeridir.

Tablo 32: İzmir İlindeki Temel Lisenin Genel Memnuniyet Düzeyine İlişkin Dağılımı

Memnuniyet Düzeyi	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
Çok memnunum	41	20,5
Memnunum	73	36,5
Ne memnunum ne memnun değilim	52	26,0
Memnun değilim	14	7,0
Hiç memnun değilim	20	10,0
Toplam	200	100,0

Tablo 32’ye bakıldığında eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyinde öğrencilerin % 57’si ‘çok memnunum’ ve ‘memnunum’ seçeneklerine katılmışlardır.

Tablo 33: İzmir İlindeki Temel Lisenin Algı ve Beklenti Ortalamaları

	Algılamalar			Beklentiler		
	Ortalama	Standart Sapma		Ortalama	Standart Sapma	Anlamlılık Düzeyi
A1	3,2650	1,50202	B1	4,5250	,90746	,000
A2	2,9100	1,64176	B2	4,4700	,93459	,000
A3	3,8050	1,31362	B3	4,8250	,58831	,000
A4	4,1300	1,20013	B4	4,6700	,76421	,000
A5	3,9800	1,32983	B5	4,8700	,54275	,000
A6	4,0350	1,36126	B6	4,8100	,66036	,000

A7	3,7600	1,56353	B7	4,6750	,87934	,000
A8	4,2200	1,32680	B8	4,6900	,89325	,000
A9	4,1550	1,19083	B9	4,8350	,54706	,000
A10	4,1750	1,26982	B10	4,8450	,54077	,000
A11	4,3100	1,17079	B11	4,8600	,61013	,000
A12	4,2300	1,18071	B12	4,8550	,56174	,000
A13	4,1150	1,22445	B13	4,8550	,57062	,000
A14	4,0750	1,23165	B14	4,8700	,52390	,000
A15	4,2400	1,24505	B15	4,5550	1,09681	,003
A16	3,6000	1,59774	B16	4,7600	,69629	,000
A17	4,1450	1,27361	B17	4,6550	,88310	,000
A18	3,6000	1,53682	B18	4,8400	,58833	,000
A19	3,4000	1,60402	B19	4,8300	,60242	,000
A20	3,5200	2,63902	B20	4,8850	,46134	,000
A21	3,3900	1,55886	B21	4,8300	,52198	,000
A22	3,4550	1,53616	B22	4,7750	,68316	,000
A23	3,6250	1,51189	B23	4,7300	,75495	,000
A24	3,7350	1,49195	B24	4,7900	,73389	,000
A25	3,7450	1,44583	B25	4,7650	,68712	,000
A26	3,3750	1,64863	B26	4,8600	,54024	,000
A27	4,0050	1,35431	B27	4,8300	,61071	,000
A28	4,0700	1,27405	B28	4,8700	,56096	,000
A29	3,8300	1,42169	B29	4,8100	,62919	,000
A30	3,9900	1,41062	B30	4,8050	,70673	,000
A31	3,8250	1,41221	B31	4,7900	,68428	,000
A32	4,0150	1,38723	B32	4,8300	,66582	,000
A33	4,2200	1,36046	B33	4,8100	,72563	,000

Tablo 33'e göre öğrencilerin eğitim hizmetlerindeki algılamalarının ortalamaları beklentilerinin ortalamalarının altında kalmaktadır. Aradaki fark negatif olmakta ve bu da algılanan hizmet kalitesinin istenilen düzeyde olmadığını göstermektedir.

3.4.9.2. Manisa İlindeki Temel Lisenin İstatistiki Verileri

Tablo 34: Manisa İlindeki Temel Lisenin Sınıf Değişkenine İlişkin Dağılımı

Sınıf	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
9. Sınıf	6	8,6
10. Sınıf	9	12,9
11. Sınıf	22	31,4
12. Sınıf	33	47,1
Toplam	70	100,0

Tablo 34'e bakıldığında öğrencilerin büyük çoğunluğunun 12. sınıf öğrencisi olduğu görülmektedir.

Tablo 35: Manisa İlindeki Temel Lisenin Cinsiyet Değişkenine İlişkin Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
Bay	33	47,1
Bayan	37	52,9
Toplam	70	100,0

Tablo 35'e göre öğrencilerin % 47,1'ini erkek öğrenciler, % 52,9'unu da kız öğrenciler oluşturmuş olup kız öğrenci sayısı çoğunluktadır.

Tablo 36: Manisa İlindeki Temel Lisenin Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Dağılımı

Aylık Gelir	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
0-1000 TL	2	2,9
1001-2000 TL	19	27,1
2001-3000 TL	18	25,7
3001 TL ve üzeri	31	44,3
Toplam	70	100,0

Tablo 36'ya göre temel liseyi tercih eden öğrencilerin büyük çoğunluğunun aylık aile geliri 2000 TL ve üzeridir.

Tablo 37: Manisa İlindeki Temel Lisenin Genel Memnuniyet Düzeyine İlişkin Dağılımı

Memnuniyet Düzeyi	Sıklık Dağılımı (n)	Yüzde Dağılımı (%)
Çok memnunum	13	18,6
Memnunum	41	58,6
Ne memnunum ne memnun değilim	14	20,0
Memnun değilim	0	0
Hiç memnun değilim	2	2,9
Toplam	70	100,0

Tablo 37'ye bakıldığında öğrenciler eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyinde daha çok 'çok memnunum' ve 'memnunum' seçeneklerine katılmışlardır. Elde edilen veriler kararsızların da belli bir oranda olduğunu göstermektedir.

Tablo 38: Manisa İlindeki Temel Lisenin Algı ve Beklenti Ortalamaları

	Algılamalar			Beklentiler		
	Ortalama	Standart Sapma		Ortalama	Standart Sapma	Anlamlılık Düzeyi
A1	3,4000	1,30106	B1	4,6857	,69246	,000
A2	3,1714	1,35102	B2	4,4714	,75607	,000
A3	4,1714	,97760	B3	4,8571	,39142	,000
A4	4,5429	,82858	B4	4,7429	,65244	,141
A5	4,3429	,93073	B5	4,9000	,45524	,000
A6	3,7286	1,26172	B6	4,8714	,41429	,000
A7	3,9714	1,15434	B7	4,4857	1,05971	,006
A8	4,0857	1,12601	B8	4,8000	,49927	,000
A9	4,2000	1,08481	B9	4,8571	,45954	,000
A10	4,2857	1,09204	B10	4,8143	,72817	,000
A11	4,6286	,80165	B11	4,8143	,45977	,113
A12	4,4571	,86285	B12	4,7857	,56190	,005
A13	4,4857	,88043	B13	4,8429	,43857	,002
A14	4,4286	,87760	B14	4,8429	,47045	,001
A15	4,4000	1,01296	B15	4,7571	,64686	,014

A16	3,9000	1,24120	B16	4,6571	,73987	,000
A17	4,3000	,96834	B17	4,5571	1,07185	,137
A18	4,1857	1,17081	B18	4,8571	,51880	,000
A19	3,9143	1,08672	B19	4,7571	,60038	,000
A20	4,1429	1,02555	B20	4,9429	,23379	,000
A21	4,0143	1,01429	B21	4,6000	,84098	,000
A22	4,0286	1,08976	B22	4,6429	,74281	,000
A23	4,1429	1,08060	B23	4,7571	,66889	,000
A24	4,2000	1,05775	B24	4,9143	,28196	,000
A25	4,2143	,96147	B25	4,8571	,45954	,000
A26	4,0429	1,26761	B26	4,9429	,28921	,000
A27	4,4571	,89581	B27	4,9429	,23379	,000
A28	4,3286	,98865	B28	4,9286	,25940	,000
A29	4,2571	1,01704	B29	4,8143	,59692	,000
A30	4,0286	1,26229	B30	4,8429	,52848	,000
A31	4,4000	,92313	B31	4,8286	,44952	,001
A32	4,4571	,98813	B32	4,9143	,50340	,001
A33	4,2286	1,33157	B33	4,8000	,57986	,003

Tablo 38'e göre öğrencilerin eğitim hizmetlerindeki algılamalarının ortalamaları beklentilerinin ortalamalarının altında kalmaktadır. Aradaki fark negatif olmakta ve bu da algılanan hizmet kalitesinin istenilen düzeyde olmadığını göstermektedir. Ayrıca tabloda 0,141 (A4), 0,113 (A11) ve 0,137 (A17) önem seviyelerine sahip üç maddede algı ve beklenti ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 39: Genel Algı ve Beklenti Ortalamalarına İlişkin Veriler

	Algılamalar		Beklentiler		
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Anlamlılık Düzeyi
İzmir	3,8470	1,10856	4,7780	0,48452	,000
Manisa	4,1680	0,75063	4,7905	0,28449	,000

Tablo 39'a bakıldığında İzmir ve Manisa illerindeki temel liselerdeki öğrencilerin beklentilerindeki ortalamalar birbirine yakın olmakla beraber

algılamaları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Manisa'daki öğrencilerin eğitim hizmetlerinden algıladıkları İzmir'deki öğrencilerin algıladıklarından yüksek olup bu da algı-beklenti arasındaki farkı etkilemektedir. Kısacası Manisa'daki öğrenciler bulundukları temel liseden aldıkları eğitim hizmetlerinden İzmir'deki öğrencilere göre daha memnundurlar. Ama her iki okulda da algılanan kalite beklenen kaliteden düşüktür.

Tablo 40: “Okul Öğrencilerin Karşılaştıkları Problemleri Hızlı Bir Şekilde Çözebilmektedir” İfadesinin Bölgelere Göre Değişimi

	Bölge		Toplam
	İzmir	Manisa	
Katılmayan	62	5	67
Kararsız	28	20	48
Katılan	110	45	155
Toplam	200	70	270
Ki-Kare Anlamlılık Düzeyi: 0,000			

Tablo 40'ta Ki-Kare analizinden elde edilen 0,000 anlamlılık düzeyi ile algı anketindeki ifadelerden 'A19: Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmektedir' ifadesi bölgelere göre farklılık göstermektedir. Bu tabloya göre İzmir'deki öğrencilerin % 55 (110/200)'i Manisa'daki öğrencilerin % 64 (45/70)'ü okullarının karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözdüğü yönünde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 41: “Öğrencilerin Şikayet ve Önerileri Dikkate Alınmaktadır” İfadesinin Bölgelere Göre Değişimi

	Bölge		Toplam
	İzmir	Manisa	
Katılmayan	62	5	67
Kararsız	29	11	40
Katılan	109	54	163
Toplam	200	70	270
Ki-Kare Anlamlılık Düzeyi: 0,000			

Tablo 41’de Ki-Kare analizinden elde edilen 0,000 anlamlılık düzeyi ile algı anketindeki ifadelerden ‘A20: Öğrencilerin şikayet ve önerileri dikkate alınmaktadır’ ifadesi bölgelere göre farklılık göstermektedir. Bu tabloya göre İzmir’deki öğrencilerin % 54,5 (109/200)’i Manisa’daki öğrencilerin % 77 (54/70)’si okullarının öğrencilerin şikayet ve önerilerini dikkate aldığı yönünde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 42: “Okul Öğrencilerin Özel İstek ve İhtiyaçlarını Anlamaktadır” İfadesinin Bölgelere Göre Değişimi

	Bölge		
	İzmir	Manisa	Toplam
Katılmayan	61	5	66
Kararsız	37	14	51
Katılan	102	51	153
Toplam	200	70	270
Ki-Kare Anlamlılık Düzeyi: 0,000			

Tablo 42’de Ki-Kare analizinden elde edilen 0,000 anlamlılık düzeyi ile algı anketindeki ifadelerden ‘A21: Okul öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlamaktadır’ ifadesi bölgelere göre farklılık göstermektedir. Bu tabloya göre İzmir’deki öğrencilerin % 51 (102/200)’i Manisa’daki öğrencilerin % 73 (51/70)’ü okullarının öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anladığı yönünde görüş belirtmişlerdir.

Beklenti ve algılamalardaki diğer ifadelerin Ki-Kare analiziyle elde edilen anlamlılık düzeyleri 0,05’ten büyük olduğundan bu ifadeler İzmir ve Manisa iline göre farklılık göstermemektedir. Ayrıca okullardaki eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyi de illere göre farklılık göstermemektedir.

Ayrıca cinsiyet, sınıf, aylık gelir gibi demografik özellikler ve eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyi arasındaki anlamlılık düzeyi 0,05’ten büyük olduğundan aralarında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

3.5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırma İzmir ve Manisa’da bulunan iki temel lisedeki öğrencilere ulaşılarak yapılmış ve toplamda geçerli 270 anket üzerinden veriler analiz edilmiştir. Araştırma bulguları şöyle özetlenebilir:

- Öğrencilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında; öğrencilerin % 44,4’ünü erkekler, % 55,6’sını da bayanlar oluşturmaktadır.
- Öğrencilerin bulundukları sınıf düzeylerine bakıldığında; % 11,5’i 9. sınıf, % 15,2’si 10. sınıf, % 18,5’i 11. sınıf ve % 54,8’i ise 12. sınıftan oluşmakta olup son sınıf öğrenci sayısı yoğunluktadır.
- Öğrencilerin ailelerinin gelir durumuna bakıldığında; % 8,9’unun 0-1000 TL arası aylık gelire, % 24,1’inin 1001-2000 TL arası bir aylık gelire, % 28,9’unun 2001-3000 TL aylık gelire ve % 38,1’inin de 3001 TL ve üzeri bir aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. Bu da bize anketteki gelir seviyelerinin hemen hemen hepsinden ailelerin temel liseleri tercih edebileceğini göstermektedir.
- Öğrencilerin eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyine bakıldığında; Öğrencilerin % 20,0’ı eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyinde ‘çok memnunum’ seçeneğine, % 42,2’si ‘memnunum’ seçeneğine, % 24,4’ü ‘ne memnunum ne memnun değilim’ seçeneğine, % 5,2’si ‘memnun değilim’ seçeneğine ve % 8,1’i de ‘hiç memnun değilim’ seçeneğine dahil olmuştur. Bu tabloya göre öğrencilerin büyük çoğunluğu genel olarak eğitim hizmetlerinden memnun kalmıştır.
- Beklentilerdeki yığılmalar 4 (kısmen katılıyorum), 5 (kesinlikle katılıyorum) seçeneklerinde olmuştur. Bu da öğrencilerin beklentilerinin yüksek olduğunu göstermektedir.
- Eğitim hizmetlerinden algılamalara bakıldığında ise öğrenciler algıladıkları eğitim hizmetleriyle ilgili ifadelere katılmaktadırlar.
- Öğrencilerin eğitim hizmetlerinden algılamaları ve beklentileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.
- Öğrencilerin eğitim hizmetlerine dair algılamaları beklentilerinin altında kalmıştır.

- Öğrencilerin demografik özellikleriyle algıladıkları hizmet kalitesi arasında ilişki olup olmadığına bakıldığında; sınıf, cinsiyet ve ailenin aylık geliriyle algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.
- Öğrencilerin genel memnuniyet düzeyi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına bakıldığında; pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.
- İzmir ve Manisa’da bulunan temel liselerdeki öğrencilerin algı ve beklentilerindeki genel ortalamalara bakıldığında; Manisa’daki öğrencilerin eğitim hizmetlerinden daha memnun olduğu görülmektedir.

Anketteki veriler dışında sektörden gözlem yoluyla ayrıca öğrenci, öğretmen ve idarecilerle yapılan görüşmelerden elde edilen bulguları da şu şekilde özetleyebiliriz:

Öğrenciler açısından;

- Öncelikle temel liseye kayıt esnasında teşvik çıkıp çıkmayacağı belli olmadığından, bütçesini teşvikin çıkacağına inanarak oluşturan öğrenci ailelerinde teşvik çıkmayınca mağduriyetler yaşanmıştır.
- Yüksek bir aylık gelire sahip olup da bu geliri kayıt altına alınamayan aileler teşvikten yararlanmış, ne yazık ki gerçekten ihtiyacı olan ve asgari ücretle çalışan aileler teşvikten yararlanamamıştır. Bu da ülkemizin bir gerçeği olan kayıt dışı ekonominin olumsuz etkilerini gözler önüne sermektedir.
- Temel liseden memnun kalmayan ya da herhangi bir sebepten dolayı ayrılmak isteyen öğrencilerin belirli bir kısmının müfredat ve ders saati uyumsuzluğu nedeniyle eski okullarına dönememeleri de bir diğer mağduriyet sebebi olmuştur. Özellikle fen ve meslek liselerinden temel liseye kayıt yaptıran öğrencilerde bu duruma rastlanmıştır.
- Eğitim açısından özellikle 12. sınıf öğrencileriyle sınav başarısı elde edebilmeleri için daha yakından ilgilenilmiştir.
- Hem okul hem dersane eğitiminin belirli bir sistem dahilinde bir arada verilmesi öğrenciyi okul-dershane-kurs arasında mekik dokumaktan kurtarmıştır.
- Öğrencilerin dersane kökenli öğretmenlerle ders işlemesi öğrencilerin pratik çözümler ve test tekniği gibi sınava yönelik çalışmalardan daha çok faydalanmasını sağlamıştır.

- Bulunulan temel lisede öğrencinin rahatlayabileceği nefes alabileceği bir bahçe, bir spor salonu gibi yaşam alanlarının olmaması öğrenci açısından dezavantaj oluşturmuştur.

Öğretmenler açısından;

- Hem dersane hem de okul eğitiminin bir arada verilmeye çalışılması öğretmen açısından zorlayıcı olmuştur. Bir yandan okuldaki müfredat dersleri anlatılırken, bir yandan da YGS ve LYS'ye hazırlık dersleri, soru çözümleri öğretmeni yormuştur.
- Öğrencilerin belirli bir ücret vererek bu liselere geldiği düşünülecek olursa öğretmenlerden de bu oranda bir beklenti içine girilmesi, öğretmenleri normalden daha fazla performans göstermeye mecbur kılmıştır.
- Temel liselerin kayıt ücretlerinin ortalamalarının dershanelerin kayıt ücreti ortalamalarının hemen hemen 2-3 katı kadar olması, kurumu ekonomik açıdan oldukça rahatlatmış ve bu da öğretmen maaşlarına artı olarak yansımıştır.

İdareciler açısından;

- Temel liselerin ilk yılında sistemin öğrenci, öğretmen ve velilerin kafalarında tam şekillenememiş olması idarecilerin ikna ve kayıt noktasında zorlanmasına neden olmuştur.
- Ayrıca ücretlendirmede de dersane ve özel okul arasında bir ücret düzeyi belirlenirken zorlanılmıştır.
- Üniversite sınavlarında başarılı olan öğrencilerin başarılarının sadece okudukları okullar tarafından sahiplenildiğini, öğrenci üzerinde emeği olan dersane öğretmen ve idarecilerinin katkılarının önemsenmediğini düşünen eski dersane çalışanları (şimdiki temel lise idareci ve öğretmenleri) temel liselerle bu sürecin geride kaldığını ve artık öğrencilerinin başarılarını gururla sahiplenebileceklerini ifade etmişlerdir.

Sektör açısından bakıldığında ise, devlet liselerindeki ve özel okullardaki idareci ve öğretmenler özellikle 12. sınıf öğrencilerinin temel liselere kaymasını engellemek için öğrencilere sınava hazırlık noktasında belirli vaatlerde bulunmuşlardır. Hafta içi okul ders saatleri dışında ve hafta sonları, üniversite sınavlarına yönelik kurslar açılmıştır. Okullardaki öğretmenler de ders karşılığı ek gelir elde etmiştir. Ayrıca temel liseler özel okullar için yeni bir rekabet unsuru

olduğundan, özel okullar da hem okul hem dersane eğitimini bir arada vermeye başlayarak öğrenci kazanmaya ya da öğrenci kaybını engellemeye çalışmışlardır. Özel okullardan daha az bir ücretle eğitim vermesi ve eğitimde kaliteye önem vermelerine göre bu temel liseler daha cazip hale gelebilmektedir.

Dershanelerin ve etüt merkezlerinin kapanacağı haberleri öğrencilerde panik havası yaratmış ve sınavlara hazırlıkta tek alternatif gibi görünen temel liselerin 12. sınıf öğrenci sayıları artmıştır. Ancak üniversite sınavına hazırlanabilmek için bu liselere kayıt yaptıran 12. sınıf öğrenci sayılarında ikinci yıl bir azalma görülmüştür. Bunun sebebinin ise beş derse kadar eğitim verebilen etüt merkezlerinin, merdiven altı sınava hazırlık eğitimi veren kurumların ve özel ders alımlarındaki artışın olduğu düşünülmektedir.

Öğrencilerin üniversite sınavlarında aldığı puana eklenip bu sınavlardaki başarılarını oldukça etkileyen orta öğretim başarı puanı, lise 1, 2, 3 ve 4. sınıfların yıl sonundaki başarı ortalamalarının aritmetik ortalamasından oluşmaktadır. Devlet liselerinde okuyan öğrenciler tarafından temel liselerin kendi öğrencilerinin sınav başarısı elde edebilmeleri için öğrencilerinin notlarını yükselttiği iddia edilmiştir. Bu iddiaya temel lise idarecilerinden bazıları ilk yıl bir süre not vermede dengeyi sağlayamadıklarını daha sonra düzelttikleri şeklinde beyanda bulunmuşlardır. Böyle bir durumun varlığının öğrenciler arasında üniversiteye girişte haksız rekabete neden olduğu düşünülmektedir.

Temel liseler eski dersane binalarında eğitime başladıkları için, bahçesi ve yaşam alanları olan yeni bir bina arayışı başlamıştır. Bunun da diğer yıllar itibariyle maliyetleri artıracığı ve dolayısıyla öğrencilerin ödeyeceği ücreti artıracığı öngörülmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Hizmetlerin somut ürünlerden daha farklı özelliklere sahip olması (soyutluluk, ayrılmazlık, heterojenlik, dayanıksızlık) kalitesinin ölçülmesini de zorlaştırmaktadır. Ancak günümüzde hizmet sektörünün hızlı bir şekilde gelişmesi işletmelerin hizmet kalitesini ölçmelerini gerekli kılmaktadır.

Bu yönde yıllarca yapılan akademik çalışmalar sonucunda birçok yöntem geliştirilmiştir. Bunlardan en çok kullanılan Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği SERVQUAL ölçeğidir. Ölçekte algılamalar ve beklentiler arasındaki fark algılanan hizmet kalitesini ortaya koymaktadır. Bu ölçeğin orijinali 22 maddeden oluşmakta ve Carman'ın ifade ettiğine göre her hizmet sektörüne göre yeniden uyarlanmalıdır.

Duygun ve Okumuş (2008), bu ölçeği yaptıkları araştırmalar ve odak grup görüşmeleri sonucunda eğitim hizmetlerine uyarlamış ve ölçeğin güvenilirlik analizinde Alfa katsayısını 0,92 olarak bulmuş ve bunun arzu edilen 0,70 değerinin çok üzerinde olduğunu ve eğitim hizmetlerinin kalitesinin ölçülmesinde kullanılabileceğini ifade etmişlerdir. Araştırmamızda eğitim hizmetlerine uyarlanmış bu ölçek biraz değişiklik yapılarak kullanılmış, bu sene ilk defa eğitim sektöründe yer alan dershanelerden dönüşen temel liselerde verilen eğitimin hizmet kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır.

İzmir ve Manisa illerinde bulunan iki temel lise araştırmada baz alınmış, bu liselerin bulundukları illerdeki bütün temel liseleri ortalama olarak temsil ettiği varsayılarak araştırma yürütülmüştür. Bu liselerden İzmir'deki temel liseden 200 öğrenciye Manisa'daki temel liseden ise 70 öğrenciye (anketleri geçerli olan) ulaşılarak anket uygulanmıştır.

Anketlerin analizleri sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğu beklenti anketindeki 33 maddeye katılmaktadır ve öğrencilerin belirli bir ücret vererek geldikleri temel liselerdeki beklentilerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Okul idaresinin bu beklentilerin anlaşılması için iyi bir araştırma yapması, öğrenci ve velilerin istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurması eğitim hizmetlerindeki kaliteyi olumlu yönde etkileyecektir.

Algı anketine bakıldığında öğrenciler 33 maddeden çoğuna katılmakta ama okul binasının modern görünüşlü ve görsel olarak çekici olmadığını düşünmektedirler. Bunun nedenlerinden birinin de bu okulların eskiden dersane

olarak kullandıkları binaları temel lise olarak kullanmaya devam etmiş olması, bina olarak fiziksel bir değişikliğe gidememiş olmaları olduğu düşünülmektedir.

Yine algı anketine baktığımızda öğrencilerin, öğretmenlerin dersi kendilerinin anlayabilecekleri seviyede işlediklerini, konularında uzman ve bilgili olduklarını, teorik olarak yeterli düzeyde olduklarını, verdikleri örneklerin güncel ve yeterli olduğunu, sınavda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvendiklerini düşündüğünü görebilmekteyiz. Bu da iyi bir eğitim kalitesi için önemli girdilerden olan öğretmen kalitesinin yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu sonucun ortaya çıkmasına etki eden olgulardan birinin de temel liselerin çoğunun eski dersane kadrosundaki öğretmenleriyle eğitime devam etmesi olabilir.

Analizler sonucunda en yüksek önem seviyesi olasılığına (ortalamaya) sahip fiziksel boyutu ilgilendiren maddeler; okulun fiziki ortamının modern görünümlü olması, okul binasının görsel olarak çekici olması, okulun temiz ve düzenli olmasıdır. Öğrencilerin bu temel liselere kayıt olurken aynı zamanda bir özel okul beklentisi içinde olması nedeniyle bu şartların iyileştirilmesinin, öğrencilerin rahatlayabileceği yaşam alanı ve ders ortamlarının oluşturulmasının öğrenci memnuniyetine ve algılanan hizmet kalitesine olumlu yönde etki edeceği düşünülmektedir.

Ayrıca öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için çaba sarf edilmesi, problemlerin hızlı bir şekilde çözülmesi, öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarının anlaşılması, gerçekleştirilemeyecek vaatlerde bulunulmaması da ortalama yüksek çıkan diğer maddelerdendir. Bu maddelerin okul yönetimi tarafından dikkate alınması ve yapılacak olan iyileştirmeler de yine algılanan hizmet kalitesinde tatminkar bir sonuç ortaya çıkaracaktır.

Araştırmadaki hipotezler incelendiğinde ise birinci hipotezde öğrencilerin algılamaları ve beklentileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. Öğrencilerin algılamaları beklentilerinin altında kalmıştır. Bunun sonucunda da algılanan kalitenin beklenenin altında kaldığı söylenebilir. Bu sorunu çözebilmek için iyi bir pazar araştırması yapılmalı, yani öğrencilerin beklentilerinin ne olduğu iyi bir şekilde tespit edilmelidir. Bu beklentilerin karşılanabilmesi yönünde adımlar atılırsa algılar beklentilere yaklaşacak ya da beklentileri aşacaktır.

İkinci hipotez incelendiğinde korelasyon analizi sonucunda önem seviyesi 0,05'ten büyük olduğu için öğrencilerin cinsiyet, sınıf ve ailelerinin gelir durumuyla algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Üçüncü hipotez incelendiğinde ise öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesiyle genel memnuniyet düzeyi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuş, bunun sonucunda da algılanan hizmet kalitesi arttıkça genel memnuniyet düzeyinin de artacağı ya da faktörlerden biri azalırsa diğerinin de azalacağı söylenebilir.

Anketlerdeki veriler değerlendirildiğinde temel liseleri tercih eden öğrencilerin çoğunun 11. sınıf ve 12. sınıf düzeyinde öğrencilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Bunun nedenleri arasında öğrencilerin sınav kaygısı taşıması ve dershanelerin kapanmasıyla sınava hazırlanmak için temel liseleri bir alternatif olarak görmesi bulunmaktadır diyebiliriz. Anketlerde sorduğumuz açık uçlu sorulardan ‘Temel liseyi tercih etme sebebiniz nedir?’ sorusuna verilen cevaplar arasında ‘daha iyi bir eğitim alabilmek’, ‘üniversite sınavlarına daha iyi hazırlanabilmek’, ‘dershanelerin kapanacağı’ gibi cevaplar da bu sonucu doğrulamaktadır.

Yine anketlerdeki açık uçlu sorular değerlendirildiğinde 9. sınıf öğrencilerinin çoğunun temel liseyi tercih etmesinin nedenleri arasında; iyi bir TEOG (Temel Eğitimden Ortaöğretime Geçiş) puanı alamamaları sebebiyle Anadolu liselerine yerleşememeleri, bu nedenle meslek liselerine gitmek istememe düşüncesi yatmaktadır. Bu açıdan temel liseler aileler ve öğrenciler açısından farklı bir alternatif olmuştur diyebiliriz. Temel liselerin ikinci eğitim-öğretim dönemindeki 9. sınıf kayıtlarının bir önceki yıla göre artması da bu görüşü destekler niteliktedir. Bu yönde yapılacak olan reklam çalışmalarının temel liselerdeki 9. sınıf öğrenci sayısını daha da artıracığı düşünülmektedir.

Ayrıca sadece yüksek gelirli ailelerin değil farklı gelir seviyesindeki ailelerin de temel liseleri tercih ettiği görülmektedir. Genel olarak memnuniyet yüksek çıkmakla beraber eğitim hizmetleri algılamaları beklentilerin altında kaldığı için hizmet kalitesinin istenilen düzeyde olmadığı ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak genel olarak memnuniyet yüksek çıkmakla beraber eğitim hizmetleri algılamaları beklentilerin altında kaldığı için algılanan hizmet kalitesinin istenilen düzeyde olmadığı ortaya çıkmıştır.

Temel liselerin öğrenciler ve aileleri açısından tercih sebebi olması ve eğitim piyasasında sağlam bir yer edinmesi; ihtiyaçlara cevap vermesi, öğrenci başarısını artırabilmesi, üniversite sınavlarına girişte başarı yakalayabilmesiyle sağlanacaktır. Özel liseler, etüt merkezleri ve daha birçok kurumla aynı anda rekabet edecek olan bu liselerin farkındalık oluşturmaları gerekmektedir. Ve bunu da ücretlerinin özel

liselere göre daha düşük olmasıyla, fiziksel şartlarını iyileştirmesiyle, başarının en büyük etkenlerinden biri olan öğretmen kalitesini artırmasıyla, öğrencilerin istek ve ihtiyaçlarına cevap vermesiyle ve eğitimde yakaladıkları başarıyla sağlayabilirler. Bu yönde yapılan çalışmalar daha yeni yeni kurumsallaşmaya başlayan bu okulların hizmet sektöründe yer edinmesini sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

Adams, D. (1998). Eğitimde Kalitenin Tanımlanması. (Çev. Necati Cemaloğlu). *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 4(14): 233-248.

Altman, R. F. ve Helms, M. M. (1995). Quantifying Service Quality: Case Study of Rental Car Agency. *Production and Inventory Management Journal*. 36(2): 45.

Arabacı, İ. B. ve Namlı, A. (2014). Dershanelerin Kapatılması Sürecinin Yönetici, Öğretmen ve Öğrenci Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 9(11): 31-48.

ASEM, (2013). Kapatılma veya Dönüştürülme Sürecinde Dershaneler. *Siyasal ve Ekonomik Araştırmalar Merkezi Raporu*, Ankara.

Ayhan, H. (1997). *Eğitim Bilimine Giriş*. İstanbul: Şule Yayınları.

Başaran, İ. E. (1994). *Eğitime Giriş*. Ankara: Yargıcı Matbaası.

Bozkurt, R. (1994a). Kalitenin Esasları ve Deming'in On Dört İlkesi. *MPM Verimlilik Dergisi*. 1994(3): 107-119.

Bozkurt, R. (1994b). Bir Hizmet Organizasyonunda Kalite İyileştirme Programının Başlatılması. *MPM Verimlilik Dergisi*. 1994(2): 107-138.

Brady, M. K. ve Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*. 65(1): 34-49.

Bryson, A. ve Curry, A. (2001). "Service Improvements in Public Services Using SERVQUAL, *Managing Service Quality*. 11(6): 389-401.

Buyruk, L. (1999). Hizmet Pazarlaması Karması ve Pazarlama Departmanının Yeni Rolü. 4. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildirileri* (ss.228). Düzenleyen Mustafa Kemal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. Antakya. 18-20 Kasım 1999.

Büyükkaragöz, S. S. ve Çivi, C. (1995). *Genel Öğretim Metotları*. Konya: Göksu Matbaası.

Carman, J. M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimension, *Journal of Retailing*. 66(1): 33-55.

Ceylan, M. (1997). Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi ve Müşteri Memnuniyeti. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 3(1): 23-30.

Chow, C. C. ve Luk, P. (2005). A Strategic Service Quality Approach Using Analytic Hierarchy Process: Managing Service Quality, *An International Journal*. 15(3): 278-289.

Cronin, J. J. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*. 56(3): 55-68.

Cronin, J. J. ve Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*. 58(1): 125-131.

Çalışkan, Ş., Karabacak, M. ve Meçik, O. (2013). Türkiye’de Eğitim-Ekonomik Büyüme İlişkisi: 1923-2011 (Kantitatif Bir Yaklaşım). *Yönetim Bilimleri Dergisi*. 11(21): 29-48.

Çelik, M. ve Taşar, H. (2012). Eğitimde Toplam Kalite Bilinci Üzerine Bir İnceleme: Alanya Örneği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*. 4(2): 1-12.

Çelik, V. (2013). *Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi.

Çokgezen, M. ve Terzi, N. (2008). Türkiye’de Devletin Eğitime Müdahalesinin Yeterli Gerekçesi Var mı?. *Liberal Düşünce Dergisi*. 13(49): 5-25.

Dağlı, A. (2003). Toplam Kalite Yönetimi ve Eğitim Sistemine Uygulanabilirliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 2(5).

Değermen, H. A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Doğan, E. (2002). *Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: ACADEMYPLUS Yayınevi.

Doğan, E., Apaydın, Ç. ve Önen, Ö. (2006). Eğitim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Politikaları. *Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi*. 7(11): 59-79.

Ekinci, M. B. (2008). Uluslararası Hizmet Ticaretinde Gelişmekte Olan Ülkeler ve Türkiye. *İstanbul Ticaret Odası*. 2008(10).

Eraslan, A. (2009). Finlandiya’nın PISA’daki Başarısının Nedenleri: Türkiye İçin Alınacak Dersler. *Necatibey Eğitim Fakültesi Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*. 3(2): 238-248.

Erdem, A. R. (2005). *Etkili ve Verimli (Nitelikli) Eğitim*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Ereş, F. (2005). Eğitimin Sosyal Faydaları: Türkiye-AB Karşılaştırması. *Milli Eğitim Dergisi*. 33(167): 320-340.

Ertürk, S. (1997). *Eğitimde Program Geliştirme*. Ankara: Meteksan Matbaası.

Garvin, D. A. (1984). What Does Product Quality Really Mean? *Sloan Managament Review*. 26(1): 25-43.

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

Gilmore, A. (2003). *Services Marketing and Management*. London: Sage Publications.

Gözlü, S. (1994). Hizmet İşletmelerinde Kalite Yönetimi. *Standart Dergisi*. 33(390): 31-35.

Grove, S. J., Fisk, R. P., Pickett, G. M. ve Kangun, N. (1996). Going Green in Service Sector. *European Journal of Marketing*. 30(5): 56-66.

Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*. 18(4): 36-44.

Gümüsoğlu, Ş., Pınar, İ., Akan, P. ve Akbaba, B. (2007). *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Hergüner, G. (1998). Eğitimde Toplam Kalite Uygulamasının Sağlayacağı Yararlar. *Eytepe Dergisi*. Kış 98: 1-21. Ankara.

İçöz, O. (1999). Hizmet Pazarlamasında İnternet Kullanımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1(3).

İslamoğlu, A. H., Candan, B., Hacıfendioğlu, Ş. ve Aydın, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*. İstanbul: Beta Yayınları.

Jorgenson, D. W. ve Fraumeni, B. M. (1989). Investment in Education. *Educational Researcher*. 18(4): 35-44.

Joseph, M. ve Joseph B. (1997). Service Quality in Education: A Student Perspective. *Quality Assurance in Education*. 5(1): 15-21.

Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Kalkınma Bakanlığı. (2014). Uluslararası Ekonomik Göstergeler. <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Uluslar%20Aras%20Ekonomik%20Gstergeler/Attachments/10/Uluslararası%C4%B1%20Ekonomik%20G%C3%B6stergeler%202014.pdf> , (15. 11. 2016).

Karahan, K. (2001). Hizmetleri Standartlaştırmanın Önemi. *Standart Dergisi*. 40(471): 11-12.

Kılıç, B. ve Eleren, A. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*. 1(1): 91-118.

Kobu, B. (2008). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Kotler, P. ve Keller, K.L. (2014). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Maliye Bakanlığı (2015). Yıllık Ekonomik Rapor. <https://www.maliye.gov.tr/Documents/Y%C4%B1ll%C4%B1k%20Ekonomik%20Rapor%202015.pdf>, (03.11.2016).

Milli Eğitim Bakanlığı. (2009). Resmi Gazete: Milli Eğitim Bakanlığı Özel Dershaneler Yönetmeliği. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/10/20091021-1.htm>, (1.03.2016).

Milli Eğitim Bakanlığı (2010). Resmi Gazete: Yaygın Eğitim Kurumları Yönetmeliği. http://mevzuat.meb.gov.tr/html/yayg%C4%B1negi_1/27587_1.html, . (1.03.2016).

Milli Eğitim Bakanlığı. (2014). Resmi Gazete: Özel Öğretim Kurumları Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasını Dair Yönetmelik. http://ookgm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2014_07/07030543_05072014resmiyaz.pdf, (1.03.2016).

Mucuk, İ. (2009). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Okumuş, A. ve Duygun, A. (2008). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 8(2): 17-38.

Özdemir, S. (1996). Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi. *MPM Yayını Verimlilik Dergisi Kalite Özel Sayısı*. 217.

Özoğlu, M. (16.09.2012). Sınavsız ve Dershanesiz Bir Öğrencilik Mümkün. *Starçıkış görüş*. <http://haber.star.com.tr/acikgorus/sinavsiz-ve-dershanesiz--bir-ogrencilik-mumkun/haber-689224>, (29.02.2016).

Özyılmaz, Ö. (2013). *Türk Milli Eğitim Sisteminin Sorunları ve Çözüm Arayışları*. Ankara: Pegem Akademi.

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(4): 41-50.

Parasuraman, A., Zeithalm, V. A ve Berry, L.L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*. 58(1): 111-124.

Reeves, C.A. ve Bednar, D. A. (1994). Defining Quality: Alternatives and Implications. *The Academy of Management Review*. 19(3): 419-445.

Saat, M. (1999). Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi. *Gazi Üniversitesi İdari ve İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi*. 3(99): 107-118.

Seth, N., Deshmukh, S. G. ve Vrat, P. (2005). Service Quality Models: A Review. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 22(9): 13 – 949.

Sevimli, S. (2006). Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Smith, G., Smith, A. ve Clarke, A. (2007). Evaluating Service Quality in Universities: A service Department Perspective. *Quality Assurance in Education*. 15(3): 334-351.

Solomon, M., Surprenant, C., Czepiel J.A. ve Gutman, E.G. (1985). A Role Theory on Dyadic Interactions the Service Encounter. *Journal of Marketing*. 49: 99-111.

Stacey, N. (1998). Social Benefits of Education. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 559: 54-63.

Stevenson, D. L. ve Baker, D. P. (1992). Shadow Education and Allocation in Formal Schooling: Transition to University in Japan. *American Journal of Sociology*. 97(6): 1639-1657.

Şişman, M. (1999). *Öğretmenliğe Giriş*. Ankara: PegemA Yayıncılık.

Taş, U. ve Yenilmez, F. (2007). Türkiye’de Eğitimin Kalkınma Üzerindeki Rolü ve Eğitim Yatırımlarının Geri Dönüş Oranı. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 9(1): 155-186.

Taşkın, E. ve Büyük, K. (2002). Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite (Kütahya’daki Özel Dershane Öğrencileri İle İlgili Bir Saha Araştırması). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7: 203-224.

TED. (2005). Türkiye’de Üniversiteye Giriş Sistemi Araştırması ve Çözüm Önerileri: Sonuç Raporu. Ankara.

Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri: Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları*. İstanbul: Beta Yayınları.

Temel, A. (1999). Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi. *Milli Eğitim Dergisi*. Sayı:144. http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/144/icindekiler.htm, (12.05.2016).

Türkiye İstatistik Kurumu (2014a). *Hanehalkı İşgücü Araştırması Bölgesel Sonuçlar 2004-2013*. http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/yayinrapor/HIA_2013.pdf, (05.10.2015).

Türkiye İstatistik Kurumu (2014b). *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18865>, (26.04.2016).

Türkiye İstatistik Kurumu (2015). *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri*. <http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=21528>, (26.04.2016).

Türk Dil Kurumu (TDK). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56ddfcdf08e458.42054360, (06.10.2015).

Vedder, P. (1994). Global Measurement of the Quality of Education: A Help to Developing Countries?. *International Review of Education*. 40(1): 5-17.

Yavuz, M. (2012). Özel Dershanelerde Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algıları. *Turkish Studies - International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 7(2): 1147-1160.

Yenen, V. Z. ve Gözlü, S. (2010). Yükseköğretimde Müşteri Beklentileri: Türkiye'den Örnekler. *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*. 2(2): 28-38.

Yıldız, G. ve Ardıç, K. (1999). Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi. *Bilgi Dergisi*. 1999(1): 73-82.

Yılmaz, C. ve Eleren, Y. (2011). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Lisans Yayıncılık.

Yumuşak, U. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zeithalm, V. A., Berry, L. L. ve Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*. 52(2): 35-48.

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



EKLER

EK 1: Anket Örneği

Demografik Bilgiler

1. Sınıfınız: 9 () 10 () 11 () 12 ()
2. Cinsiyetiniz: Bay () Bayan ()
3. Hangi okul türünden nakil geldiniz? (Nakil olmadıysanız boş bırakınız):.....
4. Ailenizin aylık geliri: 0-1000 TL () 1001-2000 TL () 2001-3000TL () 3001 TL ve üzeri ()
5. Temel liseyi tercih etme sebebiniz nedir?.....

Eğitim Hizmetlerinden Beklentiler

Aşağıda okulunuzun eğitim hizmetleriyle ilgili maddeler yer almaktadır. Eğitim hizmetlerinden yararlanan biri olarak, okulun aşağıdaki maddeleri ne derece taşıması gerektiğini 1’den 5’e kadar numaralardan birini işaretleyerek belirtiniz.

Numaraların anlamı şu şekildedir:

1. Kesinlikle katılmıyorum
2. Kısmen katılmıyorum
3. Ne katılıyorum ne katılmıyorum
4. Kısmen katılıyorum
5. Kesinlikle katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	Okulun fiziki ortamı modern görünümlü olmalıdır.					
2	Okul binası görsel olarak çekici olmalıdır.					
3	Okulun fiziki ortamı temiz ve düzenli olmalıdır.					
4	Okul çalışanları düzgün görünümlü, temiz ve bakımlı olmalıdır.					
5	Sınıf ortamları ders yapmaya uygun olmalıdır.					
6	Derslerde kullanılan eğitim materyalleri yeterli düzeyde olmalıdır.					
7	Dersler ders programına uygun olarak yapılmalıdır.					
8	Dersler vaktinde yapılmalıdır.					
9	Derslerde anlatılanların teorik düzeyi yeterli seviyede olmalıdır.					
10	Dersler öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmelidir.					

11	Öğretmenler konularında uzman ve bilgili olmalıdır.					
12	Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örnekler yeterli ve güncel olmalıdır.					
13	Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisi yeterli düzeyde olmalıdır.					
14	Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisi yeterli düzeyde olmalıdır.					
15	Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgiler verilmelidir.					
16	Okul öğrenci merkezli ders programı hazırlamalıdır.					
17	Öğrencilerle ilgili kayıtlar hatasız tutulmalıdır.					
18	Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümü için her türlü çabayı sarf etmelidir.					
19	Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmelidir.					
20	Öğrencilerin şikayet ve önerileri dikkate alınmalıdır.					
21	Okul öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır.					
22	Öğrenciler ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmelidir.					
23	Okul çalışanları öğrencilere hizmet etmeye her zaman istekli olmalıdır.					
24	Okul çalışanları öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermelidir.					
25	Okul çalışanları öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul olmamalıdır.					
26	Okul öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmamalıdır.					
27	Okul çalışanları eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahip olmalıdır.					
28	Okul, öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermelidir.					
29	Öğrenciler sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmelidir.					
30	Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrenciler haberdar edilmelidir.					
31	Okul çalışanları öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermelidir.					
32	Okul öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutmalıdır.					
33	Okul kolay ulaşılabilir bir yerde olmalıdır.					

Eğitim Hizmetlerinden Algılananlar

Aşağıda okulunuzun eğitim hizmetleriyle ilgili maddeler yer almaktadır. Eğitim hizmetlerinden yararlanan biri olarak, okulun aşağıdaki maddeleri ne derece taşıdığını 1’den 5’e kadar numaralardan birini işaretleyerek belirtiniz.

Numaraların anlamı şu şekildedir:

1. Kesinlikle katılmıyorum
2. Kısmen katılmıyorum
3. Ne katılıyorum ne katılmıyorum
4. Kısmen katılıyorum
5. Kesinlikle katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	Okulun fiziki ortamı modern görünümlüdür.					
2	Okul binası görsel olarak çekicidir.					
3	Okulun fiziki ortamı temiz ve düzenlidir.					
4	Okul çalışanları düzgün görümlü, temiz ve bakımlıdır.					
5	Sınıf ortamları ders yapmaya uygundur.					
6	Derslerde kullanılan eğitim materyalleri yeterli düzeydedir.					
7	Dersler ders programına uygun olarak yapılmaktadır.					
8	Dersler vaktinde yapılmaktadır.					
9	Derslerde anlatılanların teorik düzeyi yeterli seviyededir.					
10	Dersler öğrencilerin anlayabilecekleri seviyede işlenmektedir.					
11	Öğretmenler konularında uzman ve bilgilidir.					
12	Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örnekler yeterli ve günceldir.					
13	Öğretmenlerin ders anlatımındaki hitabet becerisi yeterli düzeydedir.					
14	Öğretmenlerin öğrencilerle iletişim becerisi yeterli düzeydedir.					
15	Öğrencilere derslere ne zaman girecekleri ile ilgili bilgiler verilmektedir.					
16	Okul öğrenci merkezli ders programı hazırlamaktadır.					
17	Öğrencilerle ilgili kayıtlar hatasız tutulmaktadır.					
18	Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemlerin çözümünü için her türlü çabayı sarf etmektedir.					
19	Okul öğrencilerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmektedir.					
20	Öğrencilerin şikayet ve önerileri dikkate alınmaktadır.					
21	Okul öğrencilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlamaktadır.					

22	Öğrenciler ders dışındaki diğer hizmetleri beklemeden, hızlı bir şekilde alabilmektedir.					
23	Okul çalışanları öğrencilere hizmet etmeye her zaman isteklidir.					
24	Okul çalışanları öğrencilere gereken saygı ve ilgiyi göstermektedir.					
25	Okul çalışanları öğrencilerle ilgilenemeyecek kadar meşgul değildir.					
26	Okul öğrencilerine gerçekleştiremeyeceği vaatlerde bulunmamaktadır.					
27	Okul çalışanları eğitim hizmetleri ile ilgili gerekli bilgi ve deneyime sahiptir.					
28	Okul öğrencilerin sınavlarda başarılı olmaları için gerekli özeni göstermektedir.					
29	Öğrenciler sınavlarda başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmektedir.					
30	Eğitimde meydana gelen aksaklıklardan ve özel durumlardan öğrenciler haberdar edilmektedir.					
31	Okul çalışanları öğrencilere bütün içtenlikleri ile hizmet vermektedir.					
32	Okul öğrencilerin kişisel kayıtlarında gizliliği ön planda tutmaktadır.					
33	Okul kolay ulaşılabilir bir yerdedir.					

Eğitim hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyiniz:

- ☐ Çok memnunum
- ☐ Memnunum
- ☐ Ne memnunum ne memnun değilim
- ☐ Memnun değilim
- ☐ Hiç memnun değilim

EK 2: Tablolar

Tablo 1: Öğrencilerin Beklentilerine İlişkin İfadelerin Güvenilirlik Analizi

Beklentiler	Değişken Silindiği Takdirde Ölçeğin Ortalaması	Değişken Silindiği Takdirde Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Değişken- Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiği Takdirde Alfa Katsayısı
B1	153,2148	199,433	,478	,960
B2	153,3111	200,944	,397	,961
B3	152,9481	200,034	,744	,958
B4	153,0926	197,549	,661	,958
B5	152,9037	200,980	,712	,958
B6	152,9556	199,143	,717	,958
B7	153,1556	197,708	,504	,960
B8	153,0630	196,528	,642	,958
B9	152,9407	200,851	,715	,958
B10	152,9444	200,253	,664	,958
B11	152,9333	200,486	,673	,958
B12	152,9444	199,354	,763	,958
B13	152,9296	199,686	,775	,958
B14	152,9185	200,224	,782	,958
B15	153,1741	196,070	,523	,960
B16	153,0481	197,778	,678	,958
B17	153,1519	197,929	,493	,960
B18	152,9370	200,974	,648	,958
B19	152,9704	199,204	,719	,958
B20	152,8815	202,677	,755	,958
B21	153,0111	201,119	,577	,959
B22	153,0407	200,396	,549	,959
B23	153,0444	196,965	,694	,958
B24	152,9593	198,158	,721	,958
B25	152,9926	198,989	,689	,958
B26	152,9000	201,659	,711	,958
B27	152,9222	199,797	,764	,958
B28	152,8963	201,588	,699	,958
B29	152,9704	198,951	,711	,958
B30	152,9667	199,601	,625	,958
B31	152,9815	196,925	,815	,957
B32	152,9296	199,025	,697	,958
B33	152,9741	198,605	,653	,958

Tablo 2: Öğrencilerin Algılamalarına İlişkin İfadelerin Güvenilirlik Analizi

Algılamalar	Değişken Silindiği Takdirde Ölçeğin Ortalaması	Değişken Silindiği Takdirde Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Değişken- Ölçek Korelasyonu	Değişken Silindiği Takdirde Alfa Katsayısı
A1	126,2852	1100,933	,691	,979
A2	126,6074	1099,875	,645	,979
A3	125,6852	1102,440	,795	,978
A4	125,3481	1110,778	,765	,979
A5	125,5111	1105,098	,760	,979
A6	125,6296	1106,606	,687	,979
A7	125,7704	1100,014	,692	,979
A8	125,4000	1112,181	,655	,979
A9	125,4185	1108,155	,777	,979
A10	125,3815	1104,943	,776	,979
A11	125,1926	1110,520	,794	,979
A12	125,2963	1110,663	,780	,979
A13	125,3741	1107,499	,791	,978
A14	125,4185	1104,928	,822	,978
A15	125,3037	1112,205	,706	,979
A16	125,9074	1093,140	,740	,979
A17	125,4000	1113,133	,686	,979
A18	125,8333	1090,675	,790	,978
A19	126,0519	1087,514	,806	,978
A20	126,0148	1087,412	,801	,978
A21	126,0333	1088,122	,823	,978
A22	125,9815	1088,948	,819	,978
A23	125,8259	1091,706	,804	,978
A24	125,7296	1090,622	,830	,978
A25	125,7185	1095,690	,806	,978
A26	126,0370	1090,683	,731	,979
A27	125,4630	1098,614	,827	,978
A28	125,4481	1105,824	,775	,979
A29	125,6444	1095,122	,820	,978
A30	125,5852	1099,716	,748	,979
A31	125,6111	1094,105	,841	,978
A32	125,4556	1099,357	,790	,978
A33	125,3630	1110,686	,635	,979