



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Filiz KARAKOYUNLU

TURİZM BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN YÜKSEKÖĞRETİMDEKİ HİZMET KALİTESİ
ALGILARI

Turizm Yönetimi Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2021



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Filiz KARAKOYUNLU

TURİZM BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN YÜKSEKÖĞRETİMDEKİ HİZMET KALİTESİ
ALGILARI

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah USLU

Turizm Yönetimi Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2021

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Filiz KARAKOYUNLU'nun bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm Yönetimi AnaBilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Ali Naci KARABULUT (İmza)

Üye (Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Abdullah USLU (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Gözde Seval ERGÜN (İmza)

Tez Başlığı: “Turizm Bölümü Öğrencilerinin Yükseköğretimdeki Hizmet Kalitesi Algıları”

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 28/06/2021

Mezuniyet Tarihi : 14/07/2021

(İmza)
Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Turizm Bölümü Öğrencilerinin Yükseköğretimdeki Hizmet Kalitesi Algıları” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Filiz KARAKOYUNLU



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Filiz KARAKOYUNLU
Öğrenci Numarası	20185278013
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Yönetimi Anabilim Dalı
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanının Unvanı, Adı-Soyadı	Dr. Öğr. Üyesi Abdullah USLU
Tez Başlığı	Turizm Bölümü Öğrencilerinin Yükseköğretimdeki Hizmet Kalitesi Algıları
Turnitin Ödev Numarası	1616867973

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 98 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 07/07/2021 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 15

alıntılar dahil % 26'tır.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

07/07/2021

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah USLU

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iii
TABLolar LİSTESİ	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	v
ÖZET	vi
SUMMARY	vii
TEŞEKKÜR.....	ix
ÖNSÖZ.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

1.1. Hizmet Kavramı	3
1.1.1. Hizmetin Özellikleri	4
1.1.1.1. Dokunulmazlık	4
1.1.1.2. Dayanıklılık	5
1.1.1.3. Türdeş Olmama	5
1.1.1.4. Eş Zamanlı Üretim ve Tüketim	6
1.1.1.5. Sahiplik.....	7
1.2. Hizmet Kalitesi Kavramı	8
1.2.1. Kalite Tanımı	8
1.2.2. Hizmet Kalitesinin Tanımı	8
1.2.3. Hizmet Kalitesinin Özellikleri.....	9
1.2.4. Hizmet Kalitesinin Boyutları.....	11
1.2.4.1. Güvenilirlik.....	11
1.2.4.2. Heveslilik.....	11
1.2.4.3. Yetenek.....	12
1.2.4.4. Ulaşılabilirlik	12
1.2.4.5. Nezaket	12
1.2.4.6. İletişim	12
1.2.4.7. İnanlırlık	13
1.2.4.8. Güven	13
1.2.4.9. Müşteriyi Tanıma	13
1.2.4.10. Fiziksel Özellikler.....	13

İKİNCİ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİM KAVRAMI VE YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ

2.1. Yükseköğretimin Tanımı	16
2.1.1. Türkiye’de Yükseköğretimin Gelişimi	17
2.2. Yükseköğretim Hizmetleri.....	18
2.2.1. Yükseköğretimde Hizmetin Özellikleri.....	19
2.2.1.1. Yükseköğretim Hizmetlerinde Dokunulmazlık.....	20

2.2.1.2. Yükseköğretim Hizmetlerinde Dayanıksızlık	20
2.2.1.3. Yükseköğretim Hizmetlerinde Türdeş Olmama.....	21
2.2.1.4. Yükseköğretim Hizmetlerinde Eş Zamanlı Üretim ve Tüketim.....	21
2.2.2. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi.....	22

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ

3.1. SERVQUAL Hizmet Kalitesi Modeli	25
3.2. SERVPERF Hizmet Kalitesi Modeli.....	28
3.3. HEdPERF Hizmet Kalitesi Modeli	29
3.3.1. Akademik Olmayan Yönler	30
3.3.2. Akademik Yönler	30
3.3.3. Erişilebilirlik.....	31
3.3.4. İmaj.....	31
3.3.5. Program Konuları	31
3.3.6. Anlayış.....	31
3.4. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İle İlgili Yapılan Çalışmalar.....	31

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN YÜKSEKÖĞRETİMDEKİ HİZMET KALİTESİ ALGILARINI BELİRLEMeye YÖNELİK YAPILAN BİR UYGULAMA

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	41
4.3. Araştırmayla İlgili Sınırlamalar	43
4.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	43
4.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı.....	44
4.6. Araştırmanın Yöntemi	45
4.7. Araştırmanın Hipotezleri	45
4.8. Veri Analiz Yöntemi	46
4.9. Araştırmanın Bulguları.....	46
4.9.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Yönelik İstatistikler	46
4.9.2. Normal Dağılım Analizi	49
4.9.3. Güvenilirlik Analizi.....	49
4.9.4. KMO Analizi	50
4.9.5. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İle İlgili Faktör Analizi Sonuçları	51
4.9.6. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İle İlgili Öğrenci Algıları	54
4.9.7. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki İlişkiler	56
4.9.8. Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Yükseköğretimde Hizmet Kalitesine Etkisi.....	57
SONUÇ	62
KAYNAKÇA.....	67
EK-1 ANKET FORMU.....	80
Ö Z G E Ç M İ Ş	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 1 Hizmetlerin Özellikleri.....	7
Şekil 2. 1 Üniversitelerde Müşteri.....	19
Şekil 2. 2 Üniversitede Eğitim Şartlarını Etkileyen Unsurlar	23



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1 Birleştirilmiş Hizmet Kalitesi Boyutları	14
Tablo 3. 1 Hizmet Kalitesinin Boyutları	28
Tablo 4. 1 Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	46
Tablo 4. 2 Öğrencilerin Üniversiteyi Seçmelerindeki Tutuma İlişkin Frekans Tablosu.....	48
Tablo 4. 3 Normal Dağılım Analizi	49
Tablo 4. 4Güvenirlilik Analizi	50
Tablo 4. 5 KMO Değeri ve Bartlett's Testi	51
Tablo 4. 6 Öğrencilerin Hizmet Kalitesi Algılarını Belirleyen Faktörlerin Öz Değerleri ve Varyans Değerleri.....	52
Tablo 4. 7 Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Faktör Analizi Boyutları	52
Tablo 4. 8 Öğrencilerin Yükseköğretimde Hizmet Kalitesine İlişkin İfade Ortalamaları.....	54
Tablo 4. 9 Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Korelasyon Analizi.....	56
Tablo 4. 10 Hizmet Kalitesi Boyutları ile Cinsiyet Arasındaki t-testi	57
Tablo 4. 11 Medeni Durum İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi.....	58
Tablo 4. 12 Öğrenim Şekli İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi.....	58
Tablo 4. 13 Öğrenim Yeri İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi.....	59
Tablo 4. 14 Kayıtlı Olduğu Okul ve Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları İle İlgili Varyans Analizi	59
Tablo 4. 15 Geldiği Bölge ve Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları İle İlgili Varyans Analizi	60
Tablo 4. 16 Gelir Durumu ve Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları İle İlgili Varyans Analizi	60

KISALTMALAR LİSTESİ

ANOVA	: Analysis of Variance
HEdPERF	: Higher Education Performance
KMO	: Kaiser Meyer Olkin
SERVPERF	: Service Performance
SERVQUAL	: Service Quality
SPSS	: Statistical Package For Social Sciences
YAYKUR	: Yaygın Yükseköğretim Kurumu



ÖZET

Temel görevi bilgiyi araştırmak ve yaymak olan yükseköğretim kurumları, öğretim dışındaki hizmetlerinde de kaliteyi geliştirmeye odaklanmak zorundadırlar. Yükseköğretim kurumlarının öğrenci memnuniyetine dayalı bir anlayışla hareket etmeleri, onlara gelecekte başarı sağlayacak ve üstünlük kazandıracak en önemli faktördür. Bununla birlikte sunulan hizmetlerin kalitesinin değişik sürelerde ölçülmesi ve sonuçlarının değerlendirilerek düzeltici tedbirler alınması gerekmektedir. Bu araştırma ile Akdeniz Üniversitesi'nin turizm bölümü öğrencilerine sunmuş olduğu hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Akdeniz Üniversitesi turizm bölümlerinde eğitim görmekte olan öğrencilere sunulan hizmet kalitesi boyutlarının HEDPERF ölçeğine göre neler olduğu; belirlenen boyutlar doğrultusunda öğrencilerin demografik özellikleri ile ilişkileri ve anlamlı farklılıkların olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla özellikle yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilmiş olan HEDPERF ölçeğinden elde edilen sorulardan bir anket oluşturulmuştur. Akdeniz Üniversitesi turizm bölümlerinde öğrenim gören 482 öğrenciye anket uygulaması yapılmış ve elde edilen veriler istatistiki analizlere tabi tutulmuştur.

Araştırma sonucuna göre yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları; “İdari Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları”, “İmaj” ve “Erişilebilirlik” olarak belirlenmiştir. Bu boyutları açıklayan ifadelere verilen cevaplar incelendiğinde “Erişilebilirlik” boyutu en yüksek değerlendirmeye; “Program Konuları” boyutu en düşük değerlendirmeye sahiptir. Araştırmada öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesine ilişkin belirlenen boyutların demografik özellikler ile ilişkisi incelenmiştir. Buna göre “Akademik Yönler” boyutu hizmet kalitesi algıları ile medeni durum arasında anlamlı farklılıklar; “Akademik Yönler”, “Program Konuları” ve “İmaj” boyutları hizmet kalitesi algıları ile öğrenim şekli arasında anlamlı farklılıklar; “İdari Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları” ve “Erişilebilirlik” boyutları hizmet kalitesi algıları ile öğrenim yeri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Son olarak “Akademik Programlar” ve “İdari Yönler” boyutları hizmet kalitesi algılarının gelir durumuna bağlı olarak değiştiğine yönelik anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Araştırmanın sonunda ise ulaşılan bilgiler ışığında önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Öğrenciler, Yükseköğretim, HEDPERF, Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi

SUMMARY

PERCEPTIONS OF TOURISM DEPARTMENT STUDENTS ON SERVICE QUALITY IN HIGHER EDUCATION

Institutes for higher education, main task of which is to research and disseminate information, have to focus on improving quality in their services other than education. The fact that institutes for higher education act with an understanding based on student satisfaction is the most important factor that will bring them success and superiority in the future. However, it is necessary to measure the quality of the services offered at different times and to take corrective measures by evaluating the results. With this research, it is aimed to evaluate the quality of the service that Akdeniz University offers to the students of the tourism department. It has been studied to determine that the service quality dimensions offered to the students studying in the tourism departments of Akdeniz University according to the HEDPERF scale, the relations with students' demographic characteristics in line with the determined dimensions, and whether there are significant differences. To this end, a questionnaire consisting of questions obtained from the HEDPERF scale, which was developed to measure service quality in higher education, was formed. This questionnaire was administered to 482 students studying in the tourism departments of Akdeniz University and the data obtained were subjected to statistical analysis.

The service quality dimensions in higher education was determined as “Administrative Aspects”, “Academic Aspects”, “Program Issues”, “Image” and “Accessibility” according to the results of the research. The "Accessibility" dimension has the highest assessment; the “Program Topics” dimension has the lowest assessment having the answers given to the statements explaining these dimensions are investigated. In the research, the relationship between the specified dimensions related to service quality of students in higher education and the demographic characteristics was investigated. According to these results, significant differences between service quality perceptions of “Academic Aspects” dimension and marital status; service quality perceptions of “Academic Aspects”, “Program Issues”, “Image” dimensions and education style; service quality perceptions of "Administrative Aspects", "Academic Aspects", "Program Issues", "Accessibility" dimensions and education place were determined. Finally, significant differences indicating that the service quality perceptions of "Academic Programs" and "Administrative Aspects" dimensions change depending on income status were determined. With the completion of the research, suggestions were made in the light of the obtained information.

Keywords: Service Quality, Students, Higher Education, HEdPERF, Service Quality in Higher Education



TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesi sırasında desteğini benden esirgemeyen, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan ve değerli fikirleri ile beni yönlendiren danışman hocam sayın Dr. Öğr.Üyesi Abdullah USLU'ya, tez jürisinde fikir ve görüşleriyle araştırmama değer katan Dr. Öğr. Üyesi Ali Naci KARABULUT ve Dr. Öğr. Üyesi Gözde Seval ERGÜN hocalarıma şükranlarımı sunarım.

Yoğun çalışmalarım sırasında yardımlarını esirgemeyen Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Personel Daire Başkanlığı'nda çalışan mesai arkadaşlarıma, işyerinde gerekli tüm kolaylıkları gösteren değerli amirlerime ve çalışmamın her aşamasında beni destekleyen tüm dostlarıma teşekkür ederim.

Son olarak çalışmalarım süresince her daim yanımda olan sevgili eşim Yılcan KARAKOYUNLU'ya, kızım Melike KARAKOYUNLU'ya ve bu günlere gelmemde emeği geçen değerli aile büyüklerime teşekkür ederim.

Filiz KARAKOYUNLU

ÖNSÖZ

Bu araştırma Akdeniz Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan öğrencilere sunulan hizmet kalitesi boyutlarının HEdPERF ölçeğine göre neler olduğunu, belirlenen boyutlar doğrultusunda öğrencilerin demografik özellikleri ile ilişkilerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Demografik özellikler; cinsiyet, medeni durum, öğrenim şekli, öğrenim yeri, okul, geldiği bölge ve gelir durumu olarak ele alınmıştır. Araştırmanın örneklemini Akdeniz Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan 482 adet Turizm Fakültesi, Manavgat Turizm Fakültesi ve Serik İşletme Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır.

Öğrenciler üniversitelerin sunmuş oldukları eğitim öğretim faaliyetlerini, akademik ve idari personeli, binaları ve sosyo-kültürel etkinliklerin tamamını kısacası sunulan tüm hizmetleri ayrı ayrı kendi içlerinde değerlendirmektedirler. Tüm bu faaliyetlerden memnun olan öğrenciler üniversitenin imajını artıracak şekilde hareket edecekler, sonraki yıllarda daha nitelikli öğrencilerin üniversiteye gelmesine olanak sağlayacaklardır. Son yıllarda üniversitelerin öğrencilerine ve tüm paydaşlarına sunmuş oldukları hizmetleri sürekli ölçmesi, hangi aşamada ve ne seviyede olduğunu bilmesi artık önemli bir gereklilik haline gelmiştir. Son dönemlerde artan özel ve devlet üniversite sayısı ile birlikte Akdeniz Üniversitesinin daha çok ve daha nitelikli öğrenciye hitap edebilmesi için sunmuş olduğu hizmet kalitesi boyutlarının ne seviyede olduğunu öğrenci ve tüm paydaşları nazarında bilinmesi gerekir.

GİRİŞ

Günden güne değişim gösteren rekabet ortamında pazarlama teknolojilerindeki hızlı gelişmelere bağlı olarak yalnızca malların pazarlanmasının değil hizmetin pazarlanmasının da önemli olduğu ve son zamanlarda araştırmalarda daha çok yer aldığı görülmektedir. Tüm işletmeler varlıklarını sürdürmek, birbirlerine karşı üstünlük sağlamak ve gelişebilmek için üstün gayret göstermektedirler. İmalat sonrası ortaya çıkan malın görünüşünden ziyade satışı esnasındaki hizmetler rekabet içerisinde odak noktası olmakta; hizmet yönetimi ve hizmet pazarlaması konularının çağdaş kurumlarda öneminin artması beklenmektedir (Retap vd., 2018: 13).

Kişilerin beklenti ve ihtiyaçlarına göre şekillenen kalite göreceli bir kavramdır. Kalite, müşteri odaklı bir şekilde ele alınıp müşteri beklentilerinin karşılanması, memnuniyetlerinin sağlanması olarak açıklanabilir. Fiziksel ürünlerdeki kalite anlayışı ile hizmetlerdeki kalite anlayışı birbirinden farklıdır. Bunun sebebi, hizmetlere has özelliklerin fiziksel ürünlerin özelliklerinden farklı olmasıdır. Bunlara rağmen hizmeti alan müşterilerin kaliteyi nasıl algıladıklarını belirlemek mümkündür. Hizmet kalitesi, sunulan hizmetin müşterinin beklentilerini ne kadar karşıladığı ve sunulan hizmeti nasıl algıladığının bir sonucudur. Pazarlama alanında önemli yere sahip olan hizmet kalitesi konusunda müşteriye daha kaliteli hizmet verilmesi konusunda çaba sarf edilmekte ve kalitenin ölçülmesi ile ilgili çalışmalar yapılmaya devam edilmektedir.

Toplumların ilerlemesinde temel unsur eğitimidir. Her alanda olduğu gibi eğitim alanında da hizmet kalitesinden söz edilmektedir. Eğitim alanında sunulan hizmetin kalitesi öğrencinin sahip olduğu başarı ile değerlendirilmektedir. Hizmet sektörü içinde faaliyet gösteren yükseköğretim kurumları, nitelikli özelliklere sahip personelin yetiştirilmesine imkan sağlamaktadır. Buradan yola çıkarak yükseköğretim kurumlarının eğitim sistemindeki rolü önem arz etmektedir (Gülcan vd., 2015).

Yükseköğretim kurumları, bir ülkenin sosyal ve ekonomik yönden gelişmesine katkıda bulunan kaliteli insan gücünün yetiştirilmesini sağlayan kurumlardır. Hızlı büyüyen hizmet sektörüne dahil olan yükseköğretim kurumları, öğrencilerin taleplerini karşılayabilmek için uygun politikalar geliştirmelidir. Nitelikli bir eğitim hizmeti almak isteyen öğrenciler, başka ülkelerin üniversitelerine gitmeyi istemekte ve bunu talep eden öğrencilerin sayısı giderek artmaktadır. Bu durumda yükseköğretim kurumlarına düşen görev, rekabette öne çıkmak için kaliteli hizmet sunmak ve bu kalitenin devamlılığını sağlamaktır (Hussain ve Birol, 2011).

Eğitim, yalnızca dersteki akademik eğitim anlamına gelmeyip, bunun dışında öğrenci-akademisyen ilişkilerini, eğitim programını, akademik danışmanlığı kapsayan bir olaydır. Bu sebeple öğrencilerin eğitimle ilgili görüşleri alınırken bu boyutlar dikkate alınmalıdır (Dolmans vd., 2003). Hizmet üreten yükseköğretim kurumlarında öğrenciler için kurumun fiziksel ortamı, bulunduğu yer, akademik ve idari personeli, akademik programları, sosyal faaliyetleri ve mezuniyet sonrası iş imkanları ile birer değerlendirme ölçütü olarak kabul görmektedir.

Yükseköğretim kurumlarında esas hedef öğrencilere yönelik olan eğitim ve öğretim hizmet kalitesinin yükseltilmesidir. Bu nedenle dünyadaki birçok üniversite kaliteye önem vermekte ve eğitimde kaliteyi arttırmak için çalışmaktadırlar. Yükseköğretimde kaliteyi geliştirme çalışmalarını gerçekleştirmek için yapılması gereken var olan kalitenin tespit edilmesidir. Yükseköğretim kurumlarında, hizmet kalitesini tespit etmek amacıyla, diğer ölçeklere (SERVPERF, SERVQUAL) nazaran daha geniş kapsamlı olan ve performansa dayanan, 2005-2006 yıllarında Firdaus Abdullah tarafından geliştirilen HEdPERF ölçeğinden yararlanılmıştır. Soyut ürünler olarak kabul edilen hizmetlere ilişkin araştırmalara literatürde sıkça karşılaşılmaktadır. Ancak yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik HEdPERF ölçeği kullanılarak yapılan çalışma sayısının ülkemizde sınırlı olduğu göze çarpmaktadır. Bu araştırma, Akdeniz Üniversitesi'nin turizm bölümü öğrencilerine sunmuş olduğu hizmet kalitesinin değerlendirilmesine yönelik hazırlanmıştır. Akdeniz Üniversitesi turizm bölümlerinde eğitim görmekte olan öğrencilere sunulan hizmet kalitesi boyutlarının HEdPERF ölçeğine göre neler olduğu; belirlenen boyutlar doğrultusunda öğrencilerin demografik özellikleri ile anlamlı farklılıkların olup olmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır.

Bu araştırmanın bölümlerinde incelenecek konuları sırasıyla belirlemek gerekirse;

Birinci bölümde; hizmet kavramı, kalite kavramı ve hizmet kalitesi kavramının literatürdeki açıklamaları ve bu kavramların özelliklerinden bahsedilecektir. İkinci bölümde ise yükseköğretim kavramı, yükseköğretim hizmetleri, yükseköğretim hizmetlerinin özellikleri açıklanmaya çalışılacak olup, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin önemi vurgulanacaktır.

Öte yandan üçüncü bölümde hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan modellerden bazıları açıklanacaktır. Ayrıca bu bölümde yükseköğretimde hizmet kalitesi ile ilgili yapılan araştırmalara yer verilmektedir. Dördüncü bölümde ise Akdeniz Üniversitesinde öğrenim gören turizm bölümü öğrencilerinin Üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algılarını ölçmek amacıyla oluşturulan anket çalışmasına ve elde edilen verilerin değerlendirilmesine yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

1. 1. Hizmet Kavramı

Fiziksel mallardan farklı bir takım özellikleri nedeniyle hizmet, açıklanması güç bir terimdir. 1700’lü yıllardan itibaren değişik tanımları yapılmaya başlanan hizmetin en bilindik tanımı; bir topluluktan diğerine sunulan, sahip olma durumu olmayan iş ya da yarardır (Bozdağ vd., 2003:1). Hizmet kavramı hemen hemen her sektörde işletmeler tarafından odak noktası haline gelmiş ve rekabeti sağlayan bir araç olmuştur. Parasız (2004) hizmet kavramını, ihtiyaçları karşılamasına rağmen maddi özelliği olmayan mallar olarak tanımlamıştır. Kotler (1997) hizmeti “bir tarafın diğerine sunduğu mülkiyeti gerekli kılmayan soyut bir faaliyet veya hareket” şeklinde ifade etmektedir (Kılıç ve Eleren, 2010: 120). Başka bir tanımda hizmet; bir kişinin diğerine arz ettiği, maddi olmayan, üretilmesi sonucunda fiziksel özellik taşımayan etkinliktir (Kotler ve Armstrong, 2011). Hizmet, duyularla algılanamayan, nesnel özelliğe sahip olmayan, insan ihtiyaçlarının giderilmesine ilişkin görülen işlerdir (Erüstün, 2019:3).

Amerikan Pazarlama Birliği (AMA)’ne göre hizmet; satışa gönderilen veya ürünlerin satışından elde edilen işler, yararlar veya tatminler olarak tanımlanmıştır (Öztürk, 2003: 4). Yaşamın her adımında farklı şekillerde karşımıza çıkan hizmet kavramı ile insanlar birbirinden ayrılmaz bir şekilde yaşamaktadır. İnsanlarla doğrudan ilişkisi olan veya olmayan her konuda hizmetten bahsedilmekte ve hizmetin çok eski bir kavram olduğu görülmektedir. Gündelik işlerin dışında teknik olarak ele alınması ise oldukça yeni bir durumdur. İnsanların hep birlikte yaşamlarını sürdürmelerinin bir sonucu olarak hizmet kavramı oluşmaktadır (Koçbek, 2005: 22). İnsanlığın ilk başladığı dönemden itibaren var olan hizmetleri, hiçbir zaman vazgeçilemeyecek doyumlar olarak tanımlamak mümkündür. Hizmetler, maddi doyumdan çok manevi doyum sağlamaktadır. Hizmetlerin pek çok tanımı yapılmış olsa da anlamları bakımından neredeyse hepsi birbirine benzemektedir. Genel olarak hizmet; ürün veya hizmetin satışından bağımsız olarak piyasaya sunulduğunda talep ve ihtiyaçları karşılayan ve serbest olarak nitelendirilen işler olarak tanımlanmaktadır (Taşkın ve Büyük, 2002: 2).

1.1.1. Hizmetin Özellikleri

Hizmetin pazarlanması ve yönlendirilmesi için hizmetin özelliklerinin iyi anlaşılması gerekmektedir. İşletmeler ürün değişikliklerinin ortaya çıkması sonucunda farklı yöntemler uygulamalıdır (Çiçek, 2019: 23). Hizmeti mallardan ayıran noktalar hizmetin özelliklerini ortaya çıkarmaktadır. Hizmeti diğer somut mallardan ayıran özellikler aşağıda belirtilmiştir (Küçükaltan, 2007).

- Hizmette üretilen ürün soyuttur, fiziksel özelliklere sahip değildir.
- Hizmeti oluşturan unsurlarda sahiplik yoktur. Hizmeti satan alan kişi hizmetten bir süreliğine faydalanabilir.
- Hizmette üretim ve hizmette tüketim aynı zamanlı olarak gerçekleşmektedir.
- Hizmetin tüketimi hizmetin üretildiği mekanda gerçekleşmektedir.
- Hizmetler emek faktörünün daha fazla kullanıldığı bir üretimi gerektirmektedir.
- Hizmetler heterojen özelliğe sahiptir ve hizmet üretiminde standart yok denecek kadar azdır.

Hizmetin kavramının daha iyi açıklanması için hizmetin özelliklerinin belirlenmesi önemlidir (Giritlioğlu, 2012: 76). Hizmetler ile malları birbirinden ayıran başlıca maddeler; dokunulmazlık, dayanıksızlık, türdeş olmamaları ile eş zamanlı üretim ve tüketimdir (Mei vd., 1999: 137; Antony vd., 2004: 380; Altan ve Atan, 2004: 18; Eleren ve Kılıç, 2007: 240; Kotler ve Keller, 2012: 358-361; Arslantürk vd., 2013: 108).

1.1.1.1. Dokunulmazlık

Hizmetin açıklamalarına bakıldığında en temel özelliğinin dokunulmazlık olduğu anlaşılmaktadır. Hizmetler soyut özelliklerinden dolayı görülememekte ve dokunarak hissedilememektedir. Bu nedenle hizmeti açıklamak ve ölçmek güçtür (Küçükaltan, 2007: 29). Tüketici, anlaşılması zor durum karşısında hizmetin kalitesini algılamak için somut özellikler aramaya çalışmaktadır. Örneğin alışveriş yapmak için gidilen bir markette, yemek için gidilen restoranda mekanın görünüşü, hizmeti veren personelin tavırları ve müşteri ile iletişimi hizmetin kalitesi hakkında tüketiciye bir fikir vermekte ve tüketicinin seçimlerini etkilemektedir.

Hizmet, fiziksel bir ölçüye sahip olmaması nedeniyle performans ile ortaya çıkarılması gereken bir üründür (Eleren ve Kılıç, 2007: 240). Buna ek olarak sunulan hizmetle müşteriyi memnun etmek ve yeni müşterileri kazanmak için iletişim konusu oldukça önemlidir (Bulduklu ve Satır, 2017: 39). Hizmete dokunulamaması ve gözle görülememesi hizmetin

satın almadan önceki adımını zorlaştırmaktadır. Bu olay yalnızca satın almadan önceki süreçte değil çoğu kez hizmetin satın alındıktan sonra yorumlama sürecinde zorluk çıkarabilmektedir (Devebakan ve Aksaraylı, 2003: 40). Bir başka yönden hizmetten elde edilen yarar deneyimle ilgilidir. Müşteri hizmetle ilgili değerlendirmeyi yalnızca hizmeti satın alma aşamasında ya da hizmeti satın aldıktan sonra yapabilmektedir. Bu durumda hizmeti satın almada müşterinin önceki deneyimleri önem arz etmektedir (Sayım ve Aydın, 2011).

1.1.1.2. Dayanıksızlık

Hizmetlerin dayanıksızlık özelliği; depolanamaması, saklanamaması, yeniden satışa sunulamamasını ifade etmektedir (Erüstün, 2019: 7). Somut mallar üreten işletmeler, ansızın ortaya çıkan müşteri taleplerini karşılayabilmek için fazladan mal üretip depolamaktadırlar. Hizmetler soyut özelliği nedeniyle depolanamazlar. Örneğin satılmayan bir uçak koltuğu, seyahat süresince boş kalmaktadır. Bu sebeple hizmetler dayanıksız olarak nitelendirilmektedir (Değermen, 2006: 11). Hizmetler kısa süreliğine yarar sağlamaktadır ve fazladan üretilerek depolanması olanaksızdır (Orhan, 2016: 949). Hizmette üretim ve tüketim eş zamanlı olarak gerçekleşmekte olup, hizmetlerin mallar gibi stoklanma özelliği bulunmamaktadır. Bu durum hizmetlerin dayanıksızlık özelliğinden kaynaklanmaktadır (Dilşeker, 2011: 8). Hizmetlerin oluşmasıyla birlikte tüketilmesi gerekmektedir. Aksi halde işletmenin ekonomik kaybına neden olmaktadır (Alan, 2019: 10). Fazla talep edilen hizmetin karşılanamaması, talep edilmeyen hizmetin yok olması durumu, hizmetler ile zaman arasındaki ilişkiden, hizmetin zamana bağımlı olmasından kaynaklanmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007: 22). Hizmetlerin dayanıksızlık özelliğinin olumsuz bir yanı da hizmet sektöründe mallarda olduğu gibi son denetleme işleminin gerçekleştirilememesidir. Hizmeti sağlayan personelin yanlışlık yapma olasılığı yoktur ve personel hizmet sunumunu tam olarak yerine getirmek zorundadır (Erüstün, 2019: 7).

1.1.1.3. Türdeş Olmama

İnsan emeğine dayalı hizmetler ayrı zamanlarda ayrı müşterilere sunulmakta ve fiziksel ürünlerdeki gibi standart sonuca ulaşmak oldukça zor olmaktadır. Hizmetlerin tek şekilde üretilmeyeceğini açıklayan türdeş olmama özelliğinden dolayı hizmet sektöründe, eşit düzeyde standart hizmet sunulması mümkün değildir (Özer ve Özdemir, 2007: 20).

Müşterilerin birbirlerinden farklı olması üretilen hizmetlerin türdeş olmamasına sebep olmaktadır. Sunulan hizmeti her müşteri kendi açısından değerlendireceğinden, bu durum farklı hizmet tecrübelerinin yaşanmasına neden olacaktır (Ghobadian vd., 1994: 45; Kekeç,

2008: 25). Hizmetin müşteriye sunulma sürecinde hizmet; gerek hizmeti sunan kişiye, gerek müşteriye, gerekse hizmetin sunulma zamanına göre değişme özelliği gösterdiğinden standart hizmet üretimi meydana getirilmesi zorlaşmaktadır. Başarılı hizmet sunulması hizmeti sağlayan kişi ve müşteri arasındaki ilişkiye göre değişmekte olup kişinin hizmetle ilgili önceki deneyimleri hizmeti nasıl yorumladığını etkilemektedir (Palmer, 1997: 56).

Hizmetlerin türdeş olmama özelliğini, bir hizmet kalitesindeki değişkenlik olasılığının fazla olması şeklinde tanımlamak mümkündür. Hizmetin heterojen bir yapıya sahip olmasının sonucunda hizmet kalitesinin günden güne, müşteriden müşteriye değişebildiği görülmektedir (Bayat vd., 2015: 70). Değişkenliğin azaltılması hizmette meydana gelebilecek dengesizliklerin az denecek miktara indirilmesini sağlayabilir ve daha etkin bir yönetim sürdürülebilir. Bu yüzden işletme personelinin yetiştirilmesi ve yeterli bilgi düzeyine sahip olmaları gerekmektedir (Kayan, 2009: 9).

1.1.1.4. Eş Zamanlı Üretim ve Tüketim

Somut mallar üretilir, depo edilir, tüketiciye satılır ve tüketilir (Mucuk, 1994: 288). Hizmetler ise öncelikle satılmakta ve sonrasında aynı anda üretilmekte ve tüketilmektedir. Bu durumda tüketici hizmet basamağına dahil edilmektedir (Oral, 2005: 179). Hizmet sağlayan işletmelerde üretim ve tüketim aynı zamanda gerçekleştiğinden hizmetler, hizmeti sunan kişiden ayrı düşünülemez. (Öncü vd., 2010: 239). Başka bir deyişle, üretim ve tüketim basamaklarının yani hizmeti üreten personel ve hizmeti alan müşterinin bu süreçte birlikte var olmasını, ayrılmazlığını ifade etmektedir (Erüstün, 2019: 9). Bu durumda hizmeti sunan personelin davranışlarına ve dış görünüşüne özen göstermesi gerekmektedir (Çiftçi, 2006: 28).

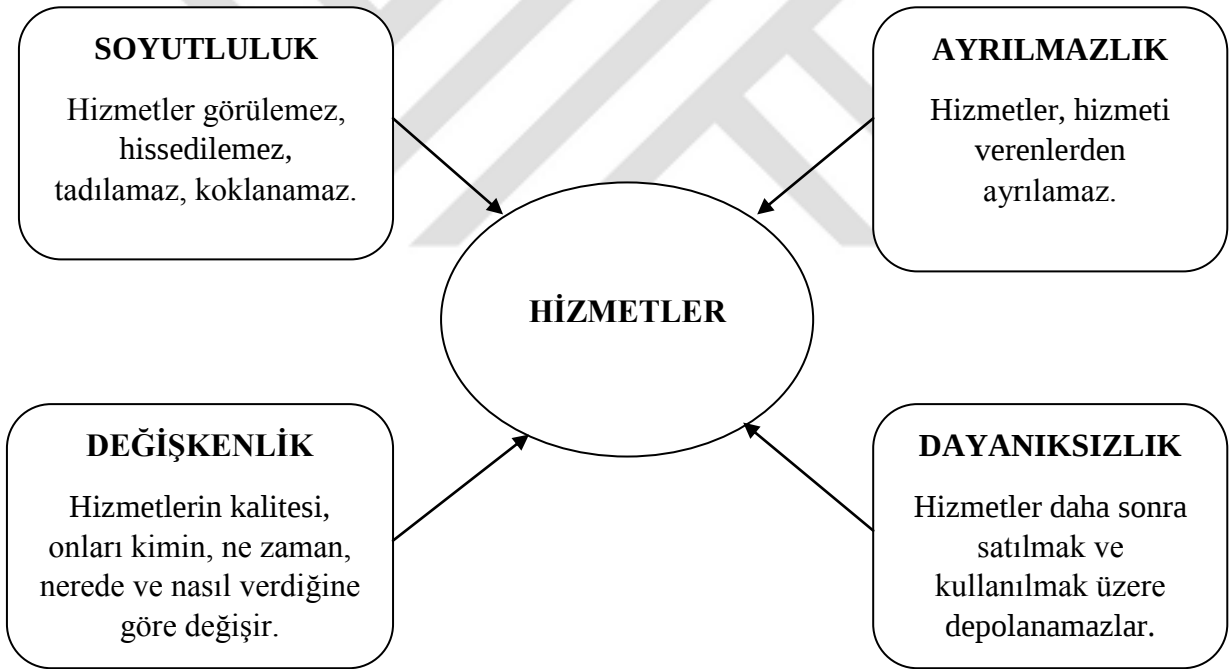
Eş zamanlı üretim ve tüketimde ortaya çıkan bazı aksaklıkları önlemek oldukça güçtür. Üretim işlemlerinde personelin ve müşterinin bulunması, üretim denetiminin yapılmasını güçleştirmektedir. Başka bir olumsuz yönü de müşterilerin hizmetten yararlanabilmeleri için hizmetin sağlandığı yere gitmek zorunda olmalarıdır (Özer ve Özdemir, 2007: 19-20).

Müşterilerin verilen hizmeti deneyimleme aşamasında bu hizmetten yararlanmak için bekleyen diğer müşteriler bu süreci izlemektedir. Buna bağlı olarak bekleyenlerin zihninde hizmetle ilgili düşünceler oluşmaya başlamakta ve fikirleri değişebilmektedir. Hizmet kalitesinin belirlenmesinde müşteriler önemli rol oynamaktadır (Kekeç, 2008: 8).

1.1.1.5. Sahiplik

Kişi, fiziki bir ürünü satın almışsa o ürünün sahibi olmaktadır. Fakat hizmet sektöründe hizmeti satın alan kişi bir süreliğine hizmetten yararlanmakta ve sonrasında sahiplik sona ermektedir (Koçoğlu, 2009: 12). Örneğin bir havayolu firmasından uçak bileti aldığımızda ancak bileti aldığımız gün ve saatte o hizmetten yararlanabiliriz. Satın alınan hizmetin sahipliğinin devredilmesinden söz edilemez. (Kurnaz, 2011: 15). Buna bağlı olarak hizmetlerin en belirgin özelliklerinden birisi sahipliliğin olmamasıdır.

Hizmetlerin soyutluluk, değişkenlik, ayrılmazlık ve dayanıksızlık özelliklerinin yanında bazı araştırmacılar beşinci özellik olarak sahiplik özelliğini görmektedirler. Bu özellik, hizmetlerin üretim ve tüketiminin eş zamanlı olmasıyla ilgili olup, hizmetlerde sahiplik aktarımı yapılamamaktadır (Dursun, 2011: 25). Şekil 1.1’de hizmetlerin temel özellikleri özetlenmektedir.



Şekil 1. 1 Hizmetlerin Özellikleri

Kaynak: (Kotler ve Armstrong,1999: 259)

Hizmet kavramının tanımlarından yola çıkarak, hizmetlerin karakteristik özellikleri ana hatlarıyla Şekil 1.1’de kısaca özetlenmiştir.

1.2. Hizmet Kalitesi Kavramı

Üretilen hizmetin müşteriler tarafından olumlu algılanması hizmet üreticilerinin üstünlüğü açısından önemlidir. Hizmet kalitesini daha iyi anlamak için öncelikle kalite kavramı açıklanacaktır.

1.2.1. Kalite Tanımı

Sürekli gelişen dünya ile beraber işletmeler arasında oluşan rekabet daha çok artmış ve işletmelerin başarısı hız, kalite, uygun fiyat öğeleri ile ilişkilendirilmiştir. Rekabetin bu derece yükseldiği ortamda müşterilerin taleplerini ve beklentilerini gerçekleştiren işletmeler rakiplerine göre üstün duruma geçmektedirler (Çoban, 2004: 85).

Kalite oldukça genel bir terim olduğundan birçok tanımı vardır. Kalite müşteri tarafından tespit edilmektedir. Herhangi bir ürün veya hizmetle ilgili müşterinin beklentisi kaliteyi meydana getirmektedir (Bengisu, 2007: 741). Kalite, ihtiyaçlara uygunluktur. Bir ürün ancak ihtiyaçlara göre üretildiğinde kaliteli demektir (Reeves ve Bedner, 1994). Juran’a göre ulaşılmak istenen sonuca ve kullanıma elverişliliğidir (Yavuz, 2006:7). Taşkın’a göre bir ürün ancak müşterinin aradığı koşulları taşıyorsa kalitelidir (Kekeç, 2008: 35). Başka bir tanımda kalite ise “Bir ürün ya da hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerinin toplamıdır” (Kuş, 1999). En yaygın anlamda kalite, iyileştirilip geliştirilebilecek her şeydir (Kaizen, 1994). Kalite kavramı, ürünü ya da hizmeti satın alan müşterinin zihninde oluşmaktadır (Gerşil ve Güven, 2018). Kalite hakkında herkesin ayrı bir düşüncesi olmakla birlikte esnek yapısı ve çok yönlü olması nedeniyle mutlak bir tanımı yapılamamaktadır.

Günümüzde insanlar sadece mal ya da hizmette yüksek kalite beklentisi içinde olmayıp her alanda kalitenin geliştirilmesini talep etmektedirler (Öztürk, 2009). Kamu veya özel tüm sektörlerde kalite geçerlidir. Kalite tüketicilerin beklenti ve isteklerine, toplumun yapısına, gelişimine, alışkanlıklarına göre değişmektedir. Burada asıl bilinmesi gereken tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçlarının doğru analiz edilmesi sonucunda kaliteli mal ve hizmet pazarlayabilmektir (Bozkurt, 1995: 175).

Yukarıda ifade edilen tanımlara bakıldığında kalitenin müşteriler tarafından değerlendirilen bir faktör olduğu ve müşteri temeline dayanan bir anlayışın kaliteyi oluşturduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

1.2.2. Hizmet Kalitesinin Tanımı

Ekonomiye katkıları bakımından hem üretim sektörü hem de hizmet sektörü vazgeçilmezdir. Kalitenin iyileştirilmesi ile ilgili çalışmalar önceleri imalat endüstrisinde

uygulanmış, hizmet sektörünün hızla gelişmesi ve ekonomide önem kazanmasından dolayı bu alana da uyarlanmıştır. Kalitenin geliştirilmesi için birinci şart ölçülebilir olmasıdır. Elle tutulan somut ürünler ortaya koyan imalat sektöründe kalitenin tespit edilmesi oldukça kolaydır. Söz konusu ürünlerin fiziksel özelliklerinden dolayı kolayca değerlendirilebilmeleri söz konusudur. Ancak hizmetler fiziksel malların aksine kendine has özellikler barındırdığından hizmetleri ölçümlemek ise oldukça zordur (Altan, 2003).

İşletmeler tarafından rekabette üstünlük sağlamak üzere kullanılan hizmet kalitesi, bir işletmenin müşteriler üzerinde bıraktığı etki olarak tanımlanmaktadır (Ustasüleyman, 2009: 33). Hizmet kalitesi, bir işletmenin hizmet satın alan müşterinin beklentilerini karşılayabilme veya beklentileri aşma yeteneğidir (Öztürk, 1996: 66). Bir işletmedeki hizmet kalitesi müşterilerin hizmeti almadan önceki tutumu ile hizmeti deneyimledikten sonraki tutumunun kıyaslanmasıyla ortaya çıkmaktadır (Öztürk ve Seyhan, 2005).

Kalitenin geliştirilmesi ve yükseltilmesi için kontrol edilmesi gerekmektedir. Somut malların kalitesinin tespit edilmesi hizmete kıyasla daha basittir. Hizmeti mallardan ayıran kendine özgü bazı özelliklerinden dolayı kalitenin ölçülmesi zorlaşmaktadır (Altan vd., 2004).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) hizmet kalitesini açıklarken hizmet sektöründeki müşterilerin beklentileri ve algıları arasındaki farkı esas almışlardır. Beklenen hizmet algılanan hizmetten yüksekse kalitenin müşteriye tatmin etmediğini; beklenen hizmet ile algılanan hizmet birbirine eşitse kalitenin müşteriye tatmin ettiğini; algılanan hizmet beklenen hizmetten fazla ise kalitenin müşteriye yüksek oranda tatmin ettiğini ileri sürmektedirler.

Hizmeti meydana getiren oluşum içerisinde hizmeti satın alan müşteriler de olduğundan, onların düşünceleri, deneyimleri hizmetteki başarıyı etkileyebilir. Buradan hareketle hizmet kalitesi müşterilerin faaliyetleri ile pozitif ilişkilidir (Öztürk, 2007). İşletmelerin kaliteye önem verip bu konuda yapılan yenilikleri takip etmeleri gerekmektedir. Bu durumda olması gereken, sektördeki güncel olaylar izlenirken müşterilerin beklentileri ihmal edilmemelidir (Bütün, 2009). Günümüzde müşteriye sunulan hizmetlerde, müşteriye odaklanmak, “herşey müşteriyle başlar” anlayışının dikkate alınması olarak tanımlanmaktadır. Bu düşüncüyü benimseyen işletmeler, faaliyet yöntemlerini müşteriden gelen cevaplara göre yeniden planlamaktadırlar (Cevher, 2016: 163).

1.2.3. Hizmet Kalitesinin Özellikleri

Hizmet kalitesinin özellikleri dört başlık altında toplanabilir. Bu dört başlık genel olarak kalitenin özelliklerini anlatmaktadır. Hizmet kalitesi etkinlik ve yeterlilik kavramları

ile ilgilidir. Etkinlik, müşterilerin hizmetle ilgili beklentilerinin karşılanması olarak ifade edilirken, yeterlilik ise, hizmetin talep edilen zamanda yerine getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Hizmet kalitesinin özellikleri aşağıda kısaca açıklanmıştır (Diken, 1998: 97-98).

- *Davranışsal Özellikler*

Hizmet kalitesi hizmeti sunan kişinin ve hizmetten yararlanan kişinin davranışlarından etkilenmektedir. Öyle ki hizmet veren personelin olumsuz yaklaşımı müşteriyi memnun etmeyecek ve hizmet kalitesi tatmin edici olmayacaktır. Aynı zamanda işletmelerin yaptığı reklamlar müşterilerin tutumlarını etkileyebilir.

- *Zamanla İlgili Özellikler*

Hizmetin zamanla ilişkili dayanıksızlık özelliği nedeniyle vaktinde yararlanılmayan hizmet daha sonra kullanılmak üzere saklanamaz. Zamana dayalı özellikler; hizmet öncesi, hizmet anı ve hizmet sonrasını içermektedir.

- *Hizmetin Uygunsuzluk Özellikleri*

Uygunsuzluk özelliği, hedeflenen performans seviyesinden uzaklaşma olarak açıklanabilir. Hizmetlerde asıl amaç, hedeflenen başarıyı elde etmek, bu şekilde beklentileri karşılamak ve ulaşılmak istenen kalite düzeyinin elde edilmiş olmasıdır.

- *Karakterlerle İlgili İmkanlar*

Hizmeti sunum biçimi ve dağıtım yollarının müşteri memnuniyetinde etkili olduğu kesindir. Bunun için talep edilen hizmetlerin müşterilere hangi şekilde takdim edileceğine karar verilmeli ve uygulanmalıdır.

Müşterilere sunulan hizmetin kaliteli algılanması, hizmet sunulurken fiziksel ortamın, araçların yeterliliği ve uygunluğu, personelin davranışları ile ilgilidir. Hizmetlerde kalite düzeyinin algılanması, müşterilerce ve hizmeti sunan kişilerce farklı algılanabilmektedir (Çatı ve Ağraş, 2007: 160). Bunlara ilave olarak Çatı ve Ağraş (2007) hizmet kalitesinin özelliklerini aşağıdaki şekilde açıklamışlardır;

- Hizmet kalitesi müşterinin idrak ettiği kalitedir; kalite sadece yönetim tarafından tespit edilmez, müşterilerin ihtiyaç ve talepleri göz önünde bulundurulmalıdır.
- Hizmet kalitesi hizmetin üretim ve sunum adımlarından ayrı düşünülemez.
- Hizmet kalitesi, hizmetin sunulduğu ve hizmetin satın alındığı zaman ortaya çıkar.
- Müşterinin algıladığı hizmet kalitesine bütün taraflar katkıda bulunur.
- Hizmet kalitesi organizasyondaki tüm personeli ilgilendirir.

Bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme veya beklentileri aşabilme becerisi (Odabaşı, 2004) olarak kabullenilen hizmet kalitesi, yaşamın her adımında farklı şekillerde

insanların karşısına çıkabilmektedir (Koçoğlu ve Aksoy, 2012). Bununla beraber hizmetlerin satışından önce ölçülememesi, denenememesi, belirli bir ömrünün olmayışı ya da çok az oluşu, depolanamaması yani talep oluştuğunda yerine getirilmesi ve insan faktörüne dayalı olması hizmet ölçümünü güçleştiren maddeler olarak bilinmektedir (İçöz, 2005). Birçok hizmetten elde edilen verim günden güne değişmektedir. Aynı seyahati yapan kişilerin tatmin düzeyleri farklı olabilmektedir. Hizmette kalite, hizmetin müşteriye sunumunda müşteri ile çalışanların diyalogu sırasında oluşmaktadır. Bu duruma bağlı olarak hizmet kalitesi genelde personelin yeteneğine, bilgisine ve başarısına bağlıdır (İrik, 2005: 31).

1.2.4. Hizmet Kalitesinin Boyutları

Hizmette üretim ve tüketim süreçlerinin ayrılmadan hizmetin ortaya çıkması yani eş zamanlı üretim ve tüketim niteliği tezin daha önceki bölümlerinde ifade edildiği gibi; müşterilerin hizmetin üretim sürecinin tamamında etkili olması ve hizmet oluşumunun her aşamasında yer alması şeklindedir (Mucuk, 1994; Oral, 2005). Parasuraman vd. (1985) tarafından hizmet kalitesinin değerlendirilmesinin güçlüğü anlaşılmıştır. Hizmet kalitesinin değerlendirilmesindeki geniş anlamları daraltmak ve ölçümünü kolaylaştırmak için demografik bilgiler içeren, müşterinin beklenti ve algılarının yer aldığı 7'li Likert ölçeğini geliştirmişlerdir. Hizmet kalitesini ölçebilmek, kavramlar geliştirebilmek amacıyla demografik bilgiler ile beklenti ve algılar karşılaştırılmıştır. Bu çalışma sonucunda Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından hizmet performansını belirleyen 10 kalite boyutu ortaya konulmuş olup bu boyutlar şu şekildedir (Parasuraman vd., 1985: 43; Eleren vd., 2007: 76).

1.2.4.1. Güvenilirlik

İşletmenin doğru zamanda doğru hizmeti güvenilir olarak yerine getirmesini ifade etmektedir (Parasuraman vd., 1985). Bu boyutta bulunan ifadeler; hizmeti söz verilen zamanda tam olarak gerçekleştirmek, müşteriler problem yaşadığında problemlerin çözülmesi için ilgi göstermek ve doğru kayıt tutmak şeklindedir (Zeithaml vd., 1990). Müşteriler için çok önemli bir kriter olan güvenilirlik, hizmetin eksiksiz yapılması ve hizmet kalitesinin sürekliliği anlamındadır (Kurnaz, 2011: 26).

1.2.4.2. Heveslilik

Müşterilerle istekli bir şekilde ilgilenerek ihtiyaçlarına karşılık verebilmektir. Heveslilik boyutu hizmetin zamanında gerçekleştirilmesi, müşteriye geri dönüşün hızlı yapılması, müşterilere en iyi şekilde yardımcı olma hevesidir (Parasuraman vd., 1985). Ayrıca

müşterinin ihtiyaçlarının tespit edilmeye çalışılması ve hizmetin yerine getirilmesi için emek sarf edilmesidir (Kurnaz, 2011: 26; Paylan, 2007: 26).

Çalışanların hizmetin ne zaman sunulacağı hakkında müşterileri tam olarak bilgilendirmesi ve müşterilerin sorularını cevaplamak üzere müsait olması heveslilik boyutunun diğer ifadeleridir. Duyuruların müşterilere hızlı iletilmesi, arayan müşterilere hemen cevap verilmesi hizmetin hızlı olmasına örnek verilebilir (Duygun, 2007: 38).

1.2.4.3. Yetenek

Müşteriye hizmet sunan personelin gereken bilgi ve beceriye sahip olması demektir. Bu boyut müşteri ile etkileşim halinde olan personelin bilgilerini, yeteneklerini ve eğitimini kapsamaktadır. Müşterinin ürünle ilgili sorularına cevap verilebilmesi, hizmet sunumu yapan personelin yeterince bilgi ve beceriye sahip olması bu boyut açısından önemlidir (Parasuraman vd., 1985).

1.2.4.4. Ulaşılabilirlik

Hizmetin kolay bir şekilde elde edilmesi, kolay iletişim kurulması anlamına gelmektedir. Ulaşılabilirlik; kaliteli hizmet için, hizmet alınan noktaların uygun yerlerde olması, hizmeti bekleme süresinin kısa olması ve hizmet faaliyet saatlerinin uygunluğunu ifade etmektedir (Parasuraman vd., 1985).

1.2.4.5. Nezaket

Hizmeti veren personelin müşterilere karşı saygılı, kibar ve düşünceli bir yaklaşım içinde olmasıdır. Müşteri ile etkin iletişimi olan personelin nezaketli olması, müşteriyle sıcak ilişki kurması ve müşteriye özel ilgi göstermesi önemlidir. Ayrıca çalışanların temiz ve düzgün görünümlü olması bu boyutu açıklamaktadır (Parasuraman vd., 1985).

1.2.4.6. İletişim

Hizmeti satın alan müşterilerin hizmet hakkında açık ve anlaşılır olarak bilgilendirilmesidir (Parasuraman vd., 1985). Bu bilgilendirme yapılırken müşterinin alacağı hizmetle alakalı olarak kendisinin anlayacağı anlaşılır bir dil kullanılması önemlidir (Kurnaz, 2011: 27). Başka bir deyişle; iyi eğitilmiş müşteriler için memnuniyet düzeyini artırmak üzere bir iletişim yöntemi kullanılırken eğitimsiz müşteriler için daha sade ve kolay bir iletişim yöntemi kullanılmalıdır (Duygun, 2007: 39).

1.2.4.7. İnanılrlık

İşletme personelinin hizmeti alan müşterilere dürüst olması, içtenlikle davranarak müşterinin güvenini kazanması ve işletme itibarının oluşturulması bu boyutu açıklamaktadır. İnanılrlık boyutu aynı zamanda işletmenin saygınlığına, prestijine katkıda bulunan bir boyuttur (Parasuraman vd., 1985).

1.2.4.8. Güven

Sunulan hizmetin şüpheden uzak güvenli olması anlamındadır. Bu boyutun temelinde işletmede kayıtlı müşteri bilgilerinin gizliliği ve korunması da yer almaktadır. Müşterilerin mahremiyetinin korunması, fiziksel güvenlik ve finansal güvenlik konularını kapsamaktadır. Çalışanların müşterilerde güven duygusu oluşturmaları açısından önem arz eden bir boyuttur (Parasuraman vd., 1985).

1.2.4.9. Müşteriyi Tanıma

Personelin müşteri ihtiyaç ve beklentilerini anlamak için istekli olmasıdır. Personel müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini iyi öğrenmeli, onları tanımalı ve anlamalıdır. Devamlı müşterileri tanımak, onları anlamak ve çözmek bu boyutun zorunluluklarındandır. Bu bakımdan hizmet kalitesinin oluşumunda en önemli boyut olarak yorumlanabilmektedir (Parasuraman vd., 1985).

1.2.4.10. Fiziksel Özellikler

Bu boyut hizmetin fiziksel yönleri ile ilgilidir. Hizmetin ortaya çıkmasında kullanılan araç-gereç, donanım, hizmetin sunum şekli, personelin hali ve tavrı fiziksel özellikleri meydana getirmektedir (Parasuraman vd., 1985).

Hizmet kalitesine yönelik meydana gelen tartışmalarda müşterilerin hizmet kalitesini yorumlarken birtakım ölçütlerden faydalandığı göz önünde bulundurulmakta ve bu ölçütler hizmet kalitesinin 10 boyutuyla ilişkilendirilmektedir (Atan vd., 2006: 166). Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen hizmet kalitesi boyutları, yapılan çalışmalarda ortaya çıkan problemler nedeniyle 10 boyutun fazla olduğu anlaşılmış ve 5 boyuta indirgenilmiştir. Bu boyutlar fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarıdır. Bu 5 boyut aşağıda sırasıyla şu şekilde açıklanmıştır (Parasuraman vd., 1985:46, Deveci ve Aksaraylı, 2003: 34-58):

Güvenilirlik: İşletme tarafından hizmetin müşterinin istediği zamanda ve eksiksiz olarak sunulması, müşteriye verilen sözlerin tutulmasını kapsamaktadır.

Fiziksel Özellikler: Hizmetin sunumuyla ilgili araç-gereç, donanımlar, fiziksel imkanlar, personelin görüntüsü ve hizmetin sunulduğu yerin görünüşü bu boyutta incelenmektedir.

Heveslilik: Personelin müşteriye yardımcı olma, hızlı ve eksiksiz hizmet sunma isteğini içermektedir.

Güven: Çalışanların sundukları hizmete ilişkin bilgileri, yetenekleri, kibar davranışları ve müşterilerde güven duygusunu hissettirebilme becerileridir.

Empati: Hizmeti veren personelin kendisini müşterilerin yerine koyarak onlara kişisel olarak ilgi gösterebilmesidir. Müşteri problemleri ve taleplerinin çalışanlar tarafından bilinmesini ifade eden boyuttur.

Hizmet sunan organizasyonlarda genel olarak kabul görmüş beş hizmet kalitesi boyutu yukarıda açıklanmıştır. Parasuraman vd. (1985)'nin yapmış oldukları çalışmaların devamında, hizmet kalitesine ilişkin on boyuttan yalnızca beşinin üst seviyede bağlantılı olduğu, bu beş boyutun kendi aralarında birbirilerini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır (Değermen, 2006: 24).

Tablo 1. 1 Birleştirilmiş Hizmet Kalitesi Boyutları

	Fiziksel Özellikler	Güvenilirlik	Heveslilik	Güven	Empati
Fiziksel Özellikler					
Güvenilirlik					
Heveslilik					
Yetenek Nezakət İnanırlılık Güvenlik					
Ulaşılabilirlik İletişim Müşteriyi Anlamak					

Kaynak: (Parasuraman vd.,1990)

Tablo 1.1’de gösterildiği şekilde; yetenek, nezaket, inanılrlık ve güvenlik boyutları güven boyutu altında toplanmıştır. Benzer şekilde ulaşılabilirlik, iletişim ve müşteriye anlamak boyutları, aralarındaki pozitif ilişkiden dolayı empati boyutunun altında toplanmıştır (Parasuraman vd., 1990).

1.2.5. Algılanan Hizmet Kalitesi

Algılanan hizmet kalitesinin; müşterinin hizmete ilişkin beklentileri ve algılarının kıyaslanması olduğu ifade edilmektedir (Grönroos, 1984: 37). Başka bir deyişle müşterinin performans hakkındaki kararıdır. Hizmet performansının algılanması ve beklentiler ile karşılaştırılması neticesinde oluşmaktadır (Örs, 2007: 110).

Kalite, algı ile ilgili bir kavram olup, sunulan hizmetin kalitesinin müşterilerce algılanmasına göre yön değiştirir. İşletmeler tarafından, müşterilere sunulan hizmetlerin kalitelerinin müşterilere göre nasıl yorumlandığının belirlenmesi gerekir. Öte yandan hizmetlerin müşteride bıraktığı izlenimlerin var olan yada muhtemel pozitif veya negatif sonuçları tespit edilmelidir (Özer, 1998).

Hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, somut bir ürünün kalitesinin değerlendirilmesine göre daha zor bir durumdur. Hizmet kalitesi hakkındaki değerlendirmeler yalnızca performansa yönelik olmayıp bununla birlikte hizmetin sunum aşamasını da kapsamaktadır (Collier, 1994: 166).

Hizmet kalitesi algısı, müşterilerin hizmeti almadan önceki beklentileri ile asıl hizmeti algılamaları sonucundaki tecrübesinin karşılaştırılmasıyla oluşmaktadır. Algılanan kalite nesnelerle ilgili subjektif değerlendirmeleri içerir. Değerlendirmelerin tüketiciye göre farklılık gösterdiği bir kavramdır (Landrum ve Prybutok, 2004: 630). Müşteriler, kendilerine sunulan hizmetin kalitesini değerlendirirken, hizmetin kalitesiyle uyuşturduğu marka, fiyat, ürünün satıldığı yer vs. gibi bilgileri esas almaktadırlar (Özer, 1998). Müşteri ilişkileri, incelik, yeterlilik, imaj, erişilebilirlik, güven, hassasiyet, fiziksel özellikler ve müşteriye iyi tanımak hususlarının algılanan kalite ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bunlarla birlikte; bireysel talepler ve önceki tecrübelerin de beklenen ve algılanan hizmet kalitesinde belirleyici olduğu göz önünde bulundurulmaktadır (İçöz, 2005: 135).

İKİNCİ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİM KAVRAMI VE YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ

2.1. Yükseköğretimin Tanımı

Yükseköğretim kavramı; TDK'da “Ortaöğretimi bitirenlere, üniversite, akademi vb. öğretim kurumları tarafından planlanıp uygulanan öğretim.” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2020).2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun 3. maddesinde; “milli eğitim sistemi içinde, ortaöğretime dayalı, en az dört yarıyılı kapsayan her kademedeki eğitim-öğretimin tümü” biçiminde tanımlanmıştır (YÖK, 2013: 1).

Yükseköğretim kurumları, toplumun nitelikli iş gücü ihtiyacının karşılanmasına yönelik, toplumsal meselelere bilimin ışığında çözüm arayan kurumlar olarak ifade edilmiştir (Baskan, 2001: 21). Yükseköğretim ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora seviyelerindeki eğitimleri içeren öğretim basamağıdır (Kısakürek, 1976; Binbaşıoğlu, 1988). Yükseköğretimin bilgi üretmek ve kaliteli insan gücü yetiştirmek olmak üzere iki temel görevi bulunmaktadır (Ozankaya, 1990). Kaliteli insan gücü ülkelerin geleceği açısından önemli varlıklardan biri olarak görülmektedir. Yükseköğretim, bireyin sahip olduğu bilgi kapasitesinin arttırılmasına, yeteneklerinin geliştirilmesine dolayısıyla her bakımdan yeterli insan gücünün yetiştirilip toplumun bir parçası haline getirilmesine aracı olmaktadır. Bunlara ilave olarak yükseköğretim, bireylerin gelir seviyelerini artırmasıyla bireysel refaha katkı sağlamaktadır. Bireylere ve topluma olan bu yararlar yükseköğretime olan rağbeti her geçen gün artırmaktadır (Uysal ve Ersun Aydemir, 2016: 276).

Yükseköğretim; öğrenciler, aileleri, akademisyenler, halk, devlet, toplum, işveren gibi birçok tarafa değişik şekilde etki gösteren adımları içerir (Gürbüz ve Ergülen, 2008: 3). Yükseköğretim ve üniversite kavramları için farklı tanımlar yapılsa da amaçları ve işlevleri bakımından incelendiğinde genel olarak birbirine yakın anlamlar taşıdığı, birlikte ele alındığı görülmektedir. Yükseköğretim; üniversite, yüksekokul gibi kurumların sunduğu eğitimi kapsayan öğretim basamağıdır (Kısakürek, 1976). Fakat üniversitelerin diğerlerinden farklı değerlendirilmesine sebep olan özelliğinin akademik araştırmalara verilen önem olduğu belirtilmiştir (Üstünel, 1965: 6).

İlk dönemlerde yükseköğretim kurumlarında öğretim sistemi, dini anlayışa dayandırılırken, 19. yüzyıldan itibaren yükseköğretim kurumları bilimsel esasları benimsemiştir. 20. yüzyıl ve sonrasında toplum odaklı bir rol üstlenen yükseköğretim kurumları siyasi ve sosyal gelişmelerden etkilenecek değişimler geçirmiştir. Dolayısıyla

ülkedeki ekonomik ve toplumsal gelişmelere yardımcı olmak, olaylara yön vermek görevlerini de üstlenmiştir (Bayrak, 2007: 10-11).

2.1.1. Türkiye’de Yükseköğretimin Gelişimi

2547 sayılı Yasa’nın yürürlüğe girdiği 1981 yılında uygulanan üniversite reformu Türkiye’de yükseköğretim için dönüm noktasıdır (Sargın, 2007). Bu reformun yapılmasının amacı, bozulan demokrasiyi ve üniversiteyi yeniden sağlıklı duruma getirmektir (Arslan, 2005). 1981 yılından itibaren ülkemizin bazı illerinde kurulan üniversitelerle, bölgeler arasında olan gelişmişlik ayrımını azaltmak ve üniversitelerin kurulduğu bölgelerde sağlanan kazancı ülkeye dağıtmak amaçlanmıştır (Sargın, 2007).

2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu’nun yürürlüğe girdiği 1981 yılında Türkiye’de lisansüstü eğitim veren 5 çeşit kurum bulunmaktaydı (Yükseköğretim Kurulu, 2019).

- Üniversiteler,
- MEB’na bağlı akademiler,
- Bakanlıklara bağlı iki yıllık meslek yüksekokulları ile konservatuvarlar,
- MEB’na bağlı üç yıllık eğitim enstitüleri,
- YAYKUR (Mektupla öğretim)

1960’lı yıllarda yükseköğretimde öğrenci sayılarındaki artış, sınav sistemindeki çeşitlilik, merkezi yönetim eksikliği gibi nedenler önemli sorunlar olarak yer almaktaydı. 1980’li yıllarda ülkede yaşanan siyasi, sosyal ve ekonomik problemler yükseköğretimdeki olumsuzluğu tetikleyerek yeni düzenlemelerin yapılmasını zorunlu hale getirmiştir. Yükseköğretim, 1981’de çıkarılan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Bütün yükseköğretim kurumları Yükseköğretim Kurulu (YÖK) çatısı altında toplanmıştır. Akademiler üniversitelere, eğitim enstitüleri eğitim fakültelerine dönüştürülmüş, konservatuvarlar ile meslek yüksekokulları üniversitelere bağlanmış ve Yükseköğretim Kurulu, tüm yükseköğretimden sorumlu tek kuruluş haline gelmiştir. 1982 yılı itibarıyla yükseköğretim sistemi 27 üniversiteye ulaşmıştır. Ayrıca YAYKUR’un görevleri Anadolu Üniversitesi’ne devredilerek uzaktan eğitimin ülkemizde yaygınlaşması hızlandırılmıştır. Yeni yasal düzenleme ile kar amacı gütmeyen vakıf üniversitelerinin kurulmasına imkan sağlanmıştır (YÖK, 2019). Bilkent Üniversitesi 1984 yılında kurulan ilk vakıf üniversitesidir. 1994 ve 2006 yılları arasında 78 üniversite ve yüksek teknoloji enstitüsü ile 22 vakıf üniversitesi kurulmuştur. 1 Mart 2006 tarih ve 5467 sayılı yasa ile 15 yeni devlet üniversitesi kurulmuş olup; toplam devlet üniversite sayısı 68 olmuştur. 25 vakıf üniversitesi ile birlikte toplam üniversite sayısı 93’e çıkmıştır. Bu üniversiteler, ülkemizde faaliyet

göstermekte olup, her ilimizde bir üniversiteye bağlı en az bir tane fakülte ve çoğu ilçemizde iki yıllık meslek yüksekokulu bulunmaktadır (Erüstün, 2019).

2020 Aralık ayı itibariyle ülkemizdeki üniversite sayısı 208 olup; bunlardan 129'u devlet üniversitesi, 75'i vakıf üniversitesi ve 4'ü vakıf meslek yüksekokuludur (YÖK, 2020). Devlet üniversiteleri, yükseköğretim faaliyetlerinin büyük kısmını karşılamakta fakat özel üniversitelerin de sayısının hızla arttığı görülmektedir.

Yükseköğretim kurumlarının sayısındaki artış, eğitim hizmeti arz eden yükseköğretim kurumları arasındaki rekabeti de çoğaltmaktadır. Üretilen hizmetin kaliteli olması ve beklentileri karşılaması önemlidir. Bu nedenle öğrencilerin kurumdan hangi beklentiler içinde olduğu dikkatlice incelenip tatmin edici eğitim hizmetini vermek gerekmektedir (Tayyar ve Dilşeker, 2012).

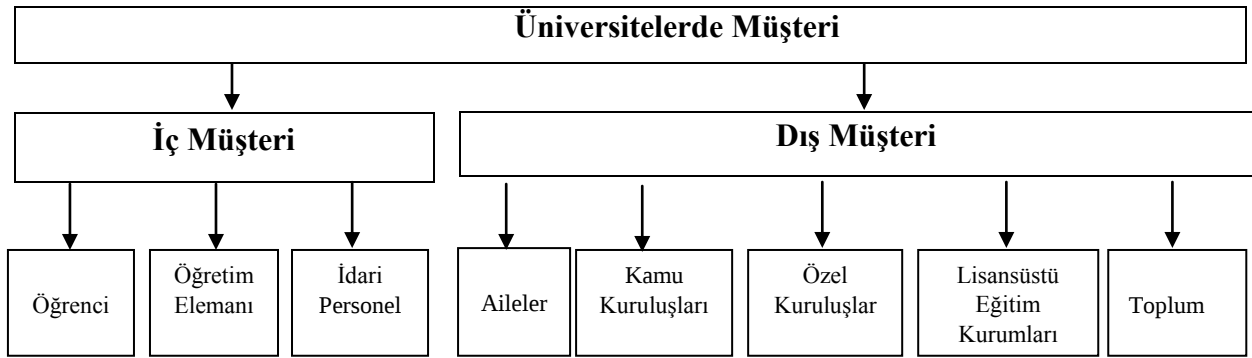
2.2. Yükseköğretim Hizmetleri

Öğrencilere akademik eğitim vermeyi, yüksek düzeyde nitelikler kazandırmayı amaçlayan yükseköğretim kurumlarında rekabet ortamının iyice artmasıyla verilen hizmetlerin nasıl sunulduğu da önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla hizmet kalitesi anlayışı yükseköğretimde de oluşmaya başlamıştır (Erüstün, 2019).

Mal ve hizmet üreten tüm sektörler tarafından önemi kabul edilen hizmet kalitesi anlayışı, hizmet sunan yükseköğretim kurumlarında da aynıdır. Kişilere eğitim vermenin yanı sıra toplumların ilerlemesini, daha iyi noktalara ulaşmasını sağlayan yükseköğretim kurumlarında sunulan hizmetin daha nitelikli olması için çaba sarf edilmesi gerekmektedir (Dilşeker, 2011: 34).

Yükseköğretimde kalite anlayışı alışılmış bir hizmet işletmesinin nitelikleriyle benzerdir. Hizmet işletmelerinde kaliteyi sağlamak için müşteriye uygulanan yöntemler, öğrenimdeki eksikliğin giderilmesi için de uygulanması mümkündür (Uysal vd., 2016: 276).

Öğrenim hizmetlerinden faydalanan her bir öğrenci, müşteri olarak kabul edilmektedir (Yılmaz vd., 2007: 302). Yükseköğretim kurumlarında ilk başta öğrenciler, daha sonra akademik ve idari personel, aileler, iş sağlayan kurumlar ve devlet olmak üzere bütün taraflar kapsamlı müşteri kavramını oluşturmaktadır (Gürbüz ve Ergülen, 2008: 21). Yükseköğretim kurumlarında müşteri tanımını şekildeki gibi açıklayabiliriz:



Şekil 2. 1 Üniversitelerde Müşteri

Kaynak: Çavdar, 2009: 105

Yükseköğretim kurumları bir sistem olarak ele alındığında, bu sistemin unsurları iç müşteriler, yükseköğretim sistemini kapsayan geniş sistemin unsurları ise dış müşterilerdir (Canbulut vd., 2001: 53). Şekilde 2.1’de görüldüğü üzere bütün paydaşlar üniversitelerde müşteri konumundadır. Müşteri kavramı hizmet sektörlerinde farklı kabul edildiğinden kavram karışıklığı ortaya çıkmaktadır. Yükseköğretim kurumlarında her bir unsur geniş müşteri tanımının içinde yer almaktadır. Öncelikli müşteriler olan öğrencilerin (iç müşteri), daha sonra diğer müşteri gruplarının beklenti ve ihtiyaçların belirlenmesine yönelik kalite çalışmalarına dahil edilmesi son derece önemlidir (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 123).

Öğrencilerin beklenti ve algıları arasında oluşan fark, yükseköğretim kurumlarının gerçek hizmetidir. Bu durumda göz ardı edilmemesi gereken nokta; verilen hizmetle ilgili oluşan algı yalnızca kişisel beklentilerden oluşmayıp; arkadaş, aile, fiziksel ortamlar kişinin beklentisini etkilemektedir (Gajic, 2012: 29-41).

2.2.1. Yükseköğretimde Hizmetin Özellikleri

Yükseköğretimde, öğrenci beklentilerinin her yönüyle karşılanması, öğrenciler ile çalışanlar arasında olumlu iletişim kurabilmesi için hizmetlere ilişkin özelliklerin belirlenmesi gerekmektedir.

Yükseköğretim kurumlarının en baştaki görevi öğrencilere sunulan hizmettir. Ancak öğretim hizmetinden başka sosyal faaliyetler kapsamında yapılması gerekenler 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu’nun 47. maddesinin (a) (b) ve (c) fıkralarında “Sosyal Hizmetler” başlığı altında belirtilmiştir. Söz konusu kanunda;

a) “Yükseköğretim kurumları, Yükseköğretim Kurulunun yapacağı plan ve programlar uyarınca, öğrencilerin beden ve ruh sağlığının korunması, barınma, beslenme, çalışma, dinlenme ve boş zamanlarını değerlendirme gibi sosyal ihtiyaçlarını karşılamak ve bu amaçla bütçe imkânları nispetinde okuma salonları, yataklı sağlık merkezleri, mediko-sosyal merkezleri, öğrenci kantin ve lokantaları açmak, toplantı, sinema ve tiyatro salonları,

spor salon ve sahaları, kamp yerleri sağlamakla ve bunlardan öğrencilerin en iyi şekilde yararlanmaları için gerekli önlemleri almakla görevlidirler.”

b) “Yükseköğretim kurumları, özel ve kamu kuruluşları ile işbirliği yaparak mezunlarına iş bulmakta yardımcı olurlar.”

c) “Üniversiteler rehberlik ve psikolojik danışma merkezleri kurar, öğrencilerin kişisel ve ailevi sorunlarını çözümlmeye çalışır.” olarak belirtilmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi, 2020).

Yükseköğretimde hizmetlerin soyut, dayanıksız ve heterojen olması hizmet kalitesini ölçümlemeyi zorlaştırmaktadır. Bu duruma karşı hizmet veren işletmeler, sunulan hizmetin müşteriler tarafından nasıl idrak edildiğini anlayabilmek ve müşteri beklentilerini daha doğru belirleyebilmek için hizmet kalitesini test etmelidirler. Yükseköğretim hizmetlerinin dokunulmazlık, dayanıksızlık, heterojenlik, eş zamanlı üretim ve tüketim özellikleri aşağıda açıklanmaktadır.

2.2.1.1. Yükseköğretim Hizmetlerinde Dokunulmazlık

Müşteri somut bir ürünü satın almadan önce dokunabilir, görebilir, deneyimleyebilir fakat hizmet ürünleri dokunulmaz olduğundan hizmeti satın alan müşterinin değerlendirme kriteri sınırlanmakta, hizmetten nasıl bir yarar sağlayacağı konusunda tereddüte düşülmektedir. Dokunulmazlık özelliğine sahip hizmetler, somut mallarda olduğu gibi kolayca teşhir edilememekte, objektif değer biçilememektedir (Öztürk, 2010: 19). Yükseköğretim hizmetleri soyut özelliğe sahip olmasına rağmen öğrencileri tatmin etmek için eğitimde kullanılan araç-gereç ve ekipmanlar ile somutlaştırılmaktadır. Bununla beraber eğitimde kullanılan malzemelerin yeterliliği, teknolojiye uygunluğu öğrencinin memnuniyet düzeyini etkilemektedir (Dilşeker, 2011: 37).

Yükseköğretim kurumlarının hedeflerinden biri de öğrencilere kaliteli hizmet sunmak olup, öğretim elemanları ve bürolarda görevli tüm personelin öğrencilerle olan güçlü diyalogları kaliteli hizmeti sağlamak için gerekli olan unsurlardandır (Bayrak, 2007: 77).

2.2.1.2. Yükseköğretim Hizmetlerinde Dayanıksızlık

Hizmetlerde aynı anda üretim ve tüketimin olması, hizmetlerin depolanamamasına sebep olmaktadır. Bahsedilen bu özelliğinden dolayı hizmetler dayanıksız olarak belirtilmektedir (Dilşeker, 2011:8). Yükseköğretim hizmetlerinin, diğer hizmetlerde olduğu gibi depolanamama özelliği hizmetlerin kullanım ömrünü azaltmakta, dayanıksız ürün olarak nitelendirilmesine sebep olmaktadır. Zamanında faydalanılmayan hizmetler müşteriler için kayıp anlamına gelmektedir. Yükseköğretim hizmetlerinde zamanında girilmeyen derslerin,

sınavların tekrarı söz konusu değildir. Öğrencilere günü ve saati açıkça bildirilen her türlü etkinlik hizmetlerinin başka bir zamanda telafisi mümkün olmamaktadır. Bu sebeple yükseköğretim hizmetlerinin dayanıksızlık özelliği görülmektedir (Erüstün, 2019: 27).

2.2.1.3. Yükseköğretim Hizmetlerinde Türdeş Olmama

Yükseköğretim hizmetleri, diğer hizmet işletmelerinin tümünde görüldüğü gibi türdeş değildir. Bir başka deyişle öğrenciye verilen her bir eğitim hizmeti diğerinden başka olabilmektedir. Buna göre sunulan eğitim hizmeti, üniversite çalışanına, müşteriye, çevresel ve diğer etkenlere göre farklılaşabilmektedir (Zeithaml vd., 1996: 46; Bayrak, 2007: 78).

Hizmet işletmelerinde müşteri talebi söz konusu olduğunda hizmet sunumu gerçekleşmektedir. Fiziksel mallarda olduğu gibi hizmeti tek biçimde üretmek, standart hale getirmek mümkün değildir. Öyle ki, aynı hizmetin farklı zaman ve yerde farklı kişiler tarafından sunulması her bir hizmetin diğerinden başka olması sonucunu meydana getirmektedir. Hizmeti veren personelin ve ya müşterinin bireysel sorunları, hizmet verilirken ortamın durumu hizmetin kalitesini değiştirebilmektedir. Bu durum sunulan her hizmetin bir birinden değişik sonuçlar doğurup müşteri tarafından farklı algılanmasına sebebiyet vermektedir.

Hizmetlerin türdeş olmama özelliği yükseköğretim hizmetlerinde de görülmektedir. Hizmetler personelin performansından etkilenecek şekilde değişken olabilmektedir. Örnek olarak; öğrencinin verilen dersi algılaması farklı günlerde farklı şekilde olabilmektedir. Akademik personelin derste öğrencilere gösterdiği performans günden güne değişiklik gösterebilmektedir. İdari bürolarda görevli personelin davranışları, verdiği hizmet her zaman aynı olmadığı gibi öğrenciden öğrenciye de farklı yorumlanabilmektedir. Yükseköğretim hizmetlerinin türdeş olmama özelliği bu örneklerle dayandırılmaktadır (Erüstün, 2019: 28).

2.2.1.4. Yükseköğretim Hizmetlerinde Eş Zamanlı Üretim ve Tüketim

Üretildiği anda tüketilmekte olan hizmetler, hizmeti üreten kişiden ayrı düşünülemez (Karahan, 2006: 52). Hizmetlerin tüketilmesi sırasında hizmeti üreten kişi ile müşteri arasında bir iletişim söz konusudur. Bu durum hizmeti üreten kişinin hareket ve tutumlarının, müşteri algılarının, iletişim gücünün önem kazanmasına sebep olmaktadır. Bundan başka hizmeti satın alanlar üretilme aşamalarına dahil olduğundan diğer hizmetlerin kalitesi hakkında yorum yapabilirler (İslamoğlu vd., 2006). Hizmetlerin daha önce açıklanan bazı özelliklerinden dolayı hizmet, hizmeti veren personelden ayrı düşünülemez. Öyle ki hizmeti veren personel ile hizmeti alan müşteri arasındaki iletişim çok önemlidir. Hizmet üretimi ve tüketiminin eş zamanlı olduğu yükseköğretim kurumlarında hizmeti veren personel ve hizmeti alan

öğrenciler hizmetin bir parçasıdır. Öğrenciler öğretim elemanının verdiği dersi anlattığı zaman almakta ya da öğrenci işleri şubesinden alınacak bilgiyi zamanında oradaki personelden almaktadırlar. Hizmetin sunulduğu o anda, öğretim elemanının performansı, idari personelin davranışları, iletişim yeteneği gibi unsurların değerlendirilmesiyle hizmet kalitesinin düzeyi belirlenmektedir.

2.2.2. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi

Bir toplumun varlığını devam ettirerek gelişmesinde eğitim sisteminin parçası olan eğitim kurumlarına görev düşmektedir. Toplumu oluşturan bireyin kendini geliştirmesinde insanı yaşama bağlayan eğitim kurumları, hızla değişen ve gelişen sisteme ayak uydurabilen insan gücünün yetiştirilmesine katkıda bulunabilmelidir (Taymaz: 1995:1). Eğitim kurumları, bahsedilen bu ortamda çevresindeki değişikliklere uyum sağlamak ve kişinin tutumlarını değiştirmekle görevlidir (Başaran, 1978: 13).

Toplumların siyasi, ekonomik, sosyal olarak birbirlerine yakınlaşarak tek bir sistem üzerinde ilerlemeleri ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte bir takım yenilikler meydana gelmiştir. Endüstri toplumundan sanayi toplumuna hızlı geçiş sürecinde kaliteli insan gücüne olan ihtiyaç artmış ve örgütler yoğun bir rekabet ortamına girmişlerdir. Ülkeler, bilgi ve iletişim temeline dayalı kalkınmada önde olmayı amaçlamışlardır (Çetinsaya, 2013). Bu anlamda yükseköğretim; yerel, ulusal, uluslararası olarak toplumların ilerlemesi için bilgi üreten, bilgiyi koruyan ve dağıtan kurumlar olarak saygın bir yerdedir (Erdem, 2013). Dolayısıyla yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetin daha nitelikli olması için üniversitelerde bir takım hizmetlerin ve faaliyetlerin iyileştirilmesi gerekmektedir.

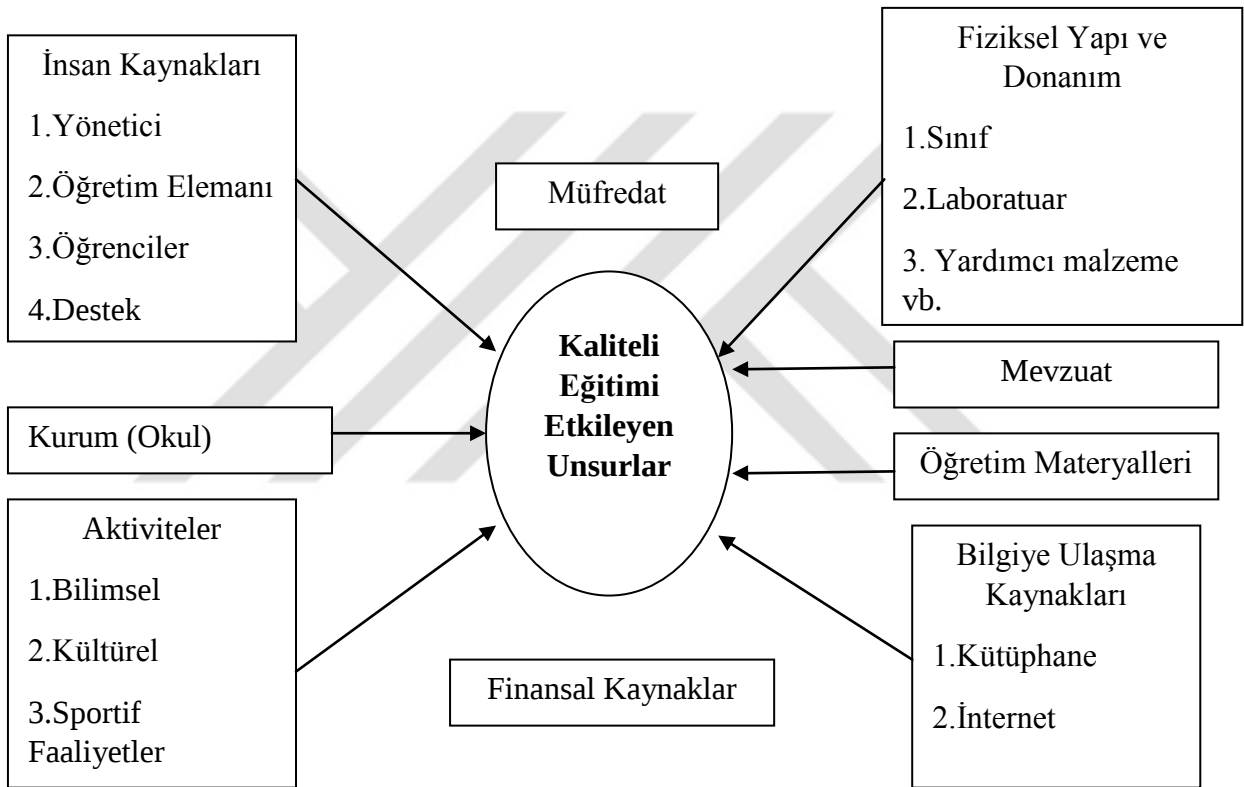
Yükseköğretimde hizmet kalitesi; üstün nitelikli öğretim hizmetleri ile öğrenciler, aileler, işveren kurumlar vs. dış faktörlerin beklentilerini karşılayacak örgüt yapısını tasarlama olarak tanımlanabilir (Meydan Uygur ve Tayfun, 2008). Yükseköğretim kurumlarında kalite; Yükseköğretim kurumlarının yapısı ve özellikleri, toplumun ihtiyaçlarına karşılık verebilmesi ve öğrencilere yönelik hizmet kalitesi olmak üzere geniş kapsamlı araştırılması gereken bir kavramdır. Diğer bir ifadeyle, yükseköğretimde hizmet kalitesi, çok kapsamlı bir şekilde değerlendirilmelidir (Bektaş ve Akman, 2013: 123).

Yükseköğretim kurumları diğer sektörlerle iç içe faaliyet göstermektedir. Herhangi bir fiziksel mal/hizmetteki düşük kalite diğer kesimleri kısa zaman içinde etkilerken, eğitim-öğretimdeki kalitesizlik diğer kesimlerde uzun vadede etkili olmaktadır (Önder, 2013: 1).

Eğitim sektöründeki teknolojik yeniliklerin sonucu olarak ilerleyen bilgi toplumu anlamına gelen yükseköğretim kurumları, müşteri odaklı bir anlayışa ihtiyaç duyar. Ayrıca

kaliteli eğitim hizmeti vermenin yanı sıra eğitimin dışında başka hizmetlere de odaklanmak zorundadırlar (Petruzzellis vd., 2006).

Toplulukta yaşam kalitesinin büyük belirleyicilerinden birisi de hizmet sektöründeki kalite düzeyinin yükseltilmesi ve üretkenliğin çoğaltılmasıdır. Bu konuda yükseköğretim kurumlarının misyonu önemlidir. Öğrencilerin beklentilerini karşılayan hizmetlerin düşünülmesi ve sunulması, onların derslere olan ilgisini artıracak birtakım faaliyetlerin benimsenmesi ve kuruma olan sadakati artıracak gayretlerde bulunulması gerekmektedir. Bu yönüyle “algılanan hizmet kalitesinin tespit edilmesi” oldukça dikkat çekici bir husustur (Özgül ve Devedakan, 2005).



Şekil 2. 2 Üniversitede Eğitim Şartlarını Etkileyen Unsurlar

Kaynak: (Serin ve Aytekin, 2009: 86)

Eğitim sistemi birçok unsurun birbirini etkilediği açıklanması zor bir süreçtir. Eğitim konusu, sadece öğrencileri, eğitim verenleri, dersleri içeren bir kavram olmayıp, bunlara ek eğitimin gerçekleştirilmesinde yararlanılan fiziksel mekanlar, ortamlar, donanımlar, programlar, ruhsal yardım hizmetleri, maddi imkanlar vs. gibi çok fazla maddeyi kapsamaktadır. Her biri kendi içinde ayrı öneme sahip olan bu öğeler birleşerek eğitim sistemini meydana getirirler. Buradaki önemli husus, sistemin uyumlu çalışması ve amaca hizmet etmesidir (Özgüven, 1997: 49).

Yükseköğretim kurumlarında kalite yönetimi hakkında aşağıda belirtilen konularda çalışmalar yapılmalıdır (Aktan, 2010):

- Fiziki kaynaklar (araziler, hastane alanları, derslikler, lojmanlar, yemekhane, kantin, spor tesisleri, konaklama tesisleri vs.)
- Teknoloji ve bilişim alt yapısı (kütüphane, bilgi-işlem, laboratuvar vs.),
- Ders programı, sınav sistemi, akademik programlar,
- İnsan kaynakları
- Akademik araştırma ve yayınlar,
- Stratejik planlama,
- Toplumsal katkı,

Yapılan çalışmalar sadece eğitimin geliştirilmesinin yetersiz olduğunu, kaliteye dayalı diğer çalışmalara da önem verilmesi gerektiğini göstermektedir. Kalite yönetim sistemlerinin gelişmesini sağlamak amacıyla kurum yöneticilerinin önem vermeleri gereken en önemli faktör; hizmetleri öğrencilerin gözüyle değerlendirmek, öğrencilerin yükseköğretim kurumlarından beklentilerini belirlemek olmalıdır. Yükseköğretim kurumlarındaki öğrencilerin memnuniyeti; eğitim, barınma, sosyal yaşam olanaklarının, faydalandıkları her türlü hizmetin değerlendirilmesiyle ölçülebilmektedir (Meydan Uygur ve Tayfun, 2008).

Genel olarak kalite yönetimi aşamaları aşağıdaki gibi gerçekleşmektedir (Fırat ve Dirlik, 2007: 93):

- Müşterinin ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi,
- Müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürün niteliklerinin geliştirilmesi,
- Mal veya hizmet sağlayan kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kalite amaçlarının meydana getirilmesi ve bu amaçların asgari harcamayla elde edilmesi,
- Hizmet kalitesinin kanıtlanması, yeni sürecin ürün ve hizmet sağlama aşamasında kalite hedeflerini karşılayabilmesinin doğrulanmasını içermektedir.

Kalite yönetiminin yükseköğretim kurumlarında uygulanabilirliği öğretim alanında kaliteli hizmet sunan insan gücünün topluma kazandırılması ile gerçekleşmektedir (Gülbüz ve Ergülen, 2008: 26). Bir üniversitenin prestijli ve uluslararası üne sahip olması iş başvurularında üstünlük kazandırmaya başlamıştır. Bu aşamada mezun olan kişilerin bilgi birikimleri, araştırma ve yayınlar, akademisyenlerin niteliği, fiziki alt yapı, donanım kapasitesi, akademik alt yapı (kütüphane, bilgisayar hizmetleri vs.), tanıtım gibi konular yükseköğretim kurumunda marka itibarının oluşmasını sağlamaktadır (Gülbüz ve Ergülen, 2008: 156).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ

Hizmet piyasasında başarı kazanmak ve rakipler arasında güçlü olmak isteyen hizmet işletmeleri, hizmetin kaliteli olması konusuna odaklanmak zorundadırlar. Hizmette kalitesizlik problemlerini önlemek için işletmeler, hizmet kalitelerini kontrol etmelidirler (Ersöz vd., 2009: 19). Müşterilerin ürün seçimlerinde kaliteyi daha çok önemsemeleri, hizmet sunan işletmeleri hizmet kalitesini ölçmeye yönlendirmektedir. Hizmetlerin soyut nitelikli olması, stoklanamaması, deneyimlenememesi, zor algılanması, hizmet kalitesinin ölçülmesini güç duruma getirmektedir. Buna ek olarak, 1980’li yıllardan günümüze kadar hizmet kalitesinin ölçülmesiyle ilgili çalışmalar yapılmaya devam etmektedir (Altan ve Atan, 2004: 25).

Hizmet kalitesinin güçlendirilmesine yönelik izlenebilecek stratejilerin planlanması için üzerinde durulması gereken konu, hizmette bulunan kalite düzeyini belirlemektir (Aliçavuşoğlu ve Gürbüz, 2017: 76). Kalite ölçümü, hizmet kalitesinin yükseltilmesinde ilk adımı oluşturmaktadır. Bir hizmet işletmesi, var olan kalite düzeyine ilişkin gerçek bilgilere sahipse, sonraki adımlarda yapılması gerekenler konusunda daha güvenli ilerleyebilir (Usta, 2010: 246). Hizmet kalitesinin belirlenmesi soyut bir olaydır. Bir başka deyişle müşteri aldığı hizmetin kalitesini değerlendirirken somut bir ürünle ilgili fikrini belirttiği biçimde açık olamamaktadır (Kristensen ve Eskildsen, 2012: 49). Bu nedenle hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla değişik modeller geliştirilmiştir. Daha önce yapılan çalışmalara bakıldığında hizmeti ölçmek için genel olarak iki ölçüm modeli kullanılmıştır. Bunlardan ilk olanı; müşterinin beklediği hizmet ile algıladığı hizmet arasındaki farkı ölçmeye yarayan SERVQUAL modeli ve ikincisi ise hizmet performansını ölçmeye yarayan SERVPERF modelidir (Öncü vd., 2010: 243).

3.1. SERVQUAL Hizmet Kalitesi Modeli

Hizmet kalitesinin genel olarak anlamı; müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması olarak kabul edilmiştir. Başka bir anlamı; müşterinin hizmetten beklentileri ve algıları arasındaki farktır. Elde edilen kalite yüksek ve algılanan hizmet kalitesi yeterli ise müşteri memnuniyeti söz konusu olacaktır (Shahin, 2005: 2).

Öncü metotlardan biri olan SERVQUAL modeli, teşkilatların güçlü ve zayıf taraflarını tespit eden bir teşhis tekniği olarak belirtilmektedir (Ocampo vd., 2019: 3). Hizmet kalitesinin ölçülmesi diğer sektörlere göre daha zor olduğundan doğru yöntemin kullanılması hizmet

kalitesinin doğru ölçülmesi konusunda önemlidir (Kılıç ve Eleren, 2010). Bu yöntemlerden en sık kullanılanı 1985 yılında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından hizmeti ölçmek amacıyla geliştirilen SERVQUAL modelidir. İşletmelerin sunduğu hizmeti satın alan müşterilerin, algıladıkları hizmeti belirlemek amacıyla hizmet kalitesini oluşturan unsurlar aşağıda belirtilmiştir (Parasuraman vd. 1985: 48).

- Güvenilirlik; müşteriye verilen sözü zamanında ve doğru bir şekilde yerine getirme
- Heveslilik; müşterilerin memnuniyeti için gönülden hizmet verilmesi
- Yetenek; işle ilgili uygun düzeyde tecrübe ve en az hata oranı ile çalışması
- Ulaşılabilirlik; müşterilerin personele ve hizmete en kısa sürede ulaşabilmesi
- Nezaket; müşterilere karşı kibar ve saygılı olunması
- İletişim; hizmetle ilgili bilgilerin anlaşılabilir biçimde aktarılması
- İnanılabilirlik; işletmenin müşteride oluşturduğu güvenilirlik duygusu, dürüstlük
- Güvenlik; müşterilere hissettirilen güven duygusu
- Anlaşılabilirlik; müşterilerin isteklerinin kolayca anlaşılabilmesi
- Fiziksel Özellikler; işletmenin tesis, donanım, personel görünümü

SERVQUAL modeli, beklenen ve algılanan kalitenin müşterilere göre değerlendirilmesine dayalı bir anket yöntemidir. Bu model esasında, müşteri memnuniyetinin “algılamaların beklentiden farklılaşmasının bir fonksiyonu” olduğunu iddia etmektedir (İzci ve Saydam, 2013: 202). Müşterinin algıladığı kalitenin değeri olarak, beklenen hizmet kalitesinin algılanan hizmet kalitesinden küçük olmasını dikkate almışlardır (Devebakan ve Aksaraylı, 2003). Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki ilişki aşağıdaki biçimde belirtilmektedir (Parasuraman vd. 1985: 48).

1. *Beklenen Hizmet > Algılanan Hizmet* ise; algılanan kalite müşteriyi memnun etmez.
2. *Beklenen Hizmet = Algılanan Hizmet* ise; algılanan kalite yeterli düzeydedir.
3. *Beklenen Hizmet < Algılanan Hizmet* ise; algılanan kalitenin müşteriyi memnun etme düzeyi çok yüksektir.

Beklenen hizmet algılanan hizmetten büyük olduğunda, düşük kalite söz konusudur. Beklenen hizmet ve algılanan hizmet birbirine eşitse kalite yeterli düzeydedir. Beklenen hizmet algılanan hizmetten düşük olduğunda, kalite ideal düzeyde demektir (Yılmaz, 2007). Hizmet kalitesini artırmak müşteri memnuniyetini de artıracaktır. Müşterilerin beklentilerine uygun hizmet sunmak durumunda olan işletmeler bu konuda dikkatli ve özenli olmak zorundadırlar (Parasuraman vd., 1991).

SERVQUAL hizmet kalitesi modeline bağlı olarak algılanan hizmet kalitesi, hizmetten beklentiler ve algılananlar arasındaki farka dayanmakta ve bu model iki bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde müşterilerin hizmete ilişkin beklentilerini açıklayan 5 boyutu (güvenilirlik, heveslilik, güven, empati, fiziksel özellikler) gösteren 22 madde vardır (Zeithaml, V.A. vd.,1990: 23). Bu 22 madde, kaliteli hizmette olması gereken özellikler incelenerek bulunmuş, müşteri bakış açılarına göre tespit edilmiştir (Değermen, 2006: 38). Ölçüm modelinin ikinci bölümünü müşteri algıları meydana getirmektedir. Bu bölümde hizmet işletmesi ile ilgili müşteri yorumlarını ölçen 22 maddenin kıyaslaması yapılmaktadır (Zeithaml, V.A. vd., 1990: 23). Sonuç olarak hizmet, müşteri beklentisini karşılıyor ya da müşteri beklentisinin üstünde ise kaliteli hizmetten söz edilmektedir. Buna karşı hizmet, beklentilerin altında ise memnuniyetsizlik duygusu oluşmaktadır. Bu nedenle SERVQUAL ölçüm modeli boşluk teorisi olarak da anılmaktadır (Duygun, 2007: 47). Söz konusu teoriye dayanarak SERVQUAL, hizmet kalitesinin müşterinin beklentisi ve gerçek performans arasındaki fark ile tespit edildiğini açıklamaktadır (Park vd. 2018: 2). Bu teoriden çıkarılan sonuçlardan biri, hizmet kalitesi algısının, müşterinin hizmetten önceki beklentileri, gerçek deneyimlerle karşılaştırılmasıdır (Rood ve Dziadkowiec, 2013: 361). SERVQUAL, müşterilerin hizmete ilişkin memnuniyetini komplike bir şekilde inceleme imkanı tanımakta, ayrıca bu sürede ortaya çıkan sorunların saptanmasına yardımcı olmaktadır (Pradela, 2015: 1673).

Hizmetlerde müşterilerin kalite hakkında algılamalarını etkileyen faktörler SERVQUAL modelinde beş farkla açıklanmaktadır (Parasuraman vd.1988: 23). SERVQUAL modelinde yer alan farklar aşağıda belirtilmiştir:

- **Fark 1:** Müşteri beklentileri ile yönetimin müşteri beklentilerini algılaması arasındaki fark
- **Fark 2:** Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile hizmet kalitesi nitelikleri arasındaki fark
- **Fark 3:** Hizmet kalitesi özellikleri ile hizmet performansı arasındaki fark
- **Fark 4:** Hizmet sunumu ile müşterilerle iletişim arasındaki fark
- **Fark 5:** Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark (ilk dört boşluğa dair ortaya çıkar).

Kulaktan kulağa aktarılan bilgi, kişisel gereksinimler ve önceki deneyimler; beklenen hizmeti etkileyen unsurlardır. SERVQUAL modelinde hizmet kalitesi ölçümünde, müşterilerin “Beklenti - Yaşadıkları” ifadelerini puanlamalarıyla oluşan farkın hesaplanması dikkate alınmaktadır.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry on boyut olarak geliştirdikleri hizmet kalitesini çalışmaları sonucu yeniden değerlendirerek beş boyuta indirmişlerdir. Sonuç olarak SERVQUAL modelinde yer alan beş boyut aşağıda yer almaktadır (Parasuraman vd., 1988; 18):

- Fiziksel Özellikler
- Güvenilirlik
- Heveslilik
- Güven
- Empati

Hizmet kalitesi, müşteri algısı ve beklentisi arasındaki farka göre belirlenmektedir. Bahsedilen bu fark ise; fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati faktörleri ile belirlenmektedir (Wang ve Teo, 2020: 4). Hizmet veren kuruluşlarda uygulanan, hizmet kalitesine ilişkin beş boyut Tablo 3.1’de açıklanmıştır.

Tablo 3. 1 Hizmet Kalitesinin Boyutları

Fiziksel Özellikler (Tangibles)	Hizmet sunum anındaki araç-gereç, fiziksel imkanlar ve personelin dış görünüşü.
Güvenilirlik (Reliability)	Hizmeti doğru biçimde vaat edilen zamanda gerçekleştirebilme yeteneği
Heveslilik (Responsiveness)	Hizmeti müşterilere hızlı bir şekilde sunma ve yardımcı olma
Güven (Assurance)	Personelin kibar, bilgili ve güven duygusu hissettirebilme yeteneklerine sahip olması
Empati (Empathy)	Müşteriye bireysel ilgi gösterilmesi ve işletmenin kendisini müşterinin yerine koyması.

Kaynak: (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988)

3.2. SERVPERF Hizmet Kalitesi Modeli

SERVQUAL modelinin beklenen ve algılanan hizmetin ölçülmesinde yararlı olmadığını öne süren Cronin ve Taylor (1992), SERVPERF olarak adlandırdıkları performansla ilişkili hizmet kalitesi modelini geliştirmişlerdir. Kuru temizleme, banka, hazır yiyecek ve haşere kontrol sektörlerinde bu ölçeği test etmişlerdir (Cronin ve Taylor, 1994). SERVQUAL modeline birçok yerde benzeyen SERVPERF modelinde hizmet performansı ile ilgili bilgileri yorumlamışlardır (Özer, 1997). SERVPERF modeli, algılanan hizmet

kalitesinin ölçümünde sadece sonuca yoğunlaşmakta ve müşterinin beklentilerini göz önünde bulundurmamaktadır (Türk, 2009: 402). Bu modelde SERVQUAL modelindeki 22 değişken temel alınmış ve müşterinin algıladığı performans tespit edilmeye çalışılmıştır. Müşterilerin beklenti ve algılarını tespit etmek için SERVQUAL modelinde her biri için ayrı 22 değişken bulunurken SERVPERF modelinde yalnızca müşterilerin algılarını ölçmek için 22 değişken yer almaktadır. Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda SERVPERF modelinin SERVQUAL ölçeğine göre daha kuvvetli bir model olduğu açıklanmıştır (Koçoğlu ve Aksoy, 2012, s.7).

Cronin ve Taylor (1992), müşterinin hizmeti satın alma düşüncesi ortaya çıktığında müşteri memnuniyeti konusuyla da ilgilenilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca SERVQUAL modelinde tüketicilerin hizmete dayalı deneyimleri ölçülürken boşlukların olduğundan bahsederek, beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki farkın ölçülmesi yerine sadece tüketicinin algıladığı yani deneyimlediği hizmet performansının ölçülmesinin daha doğru olduğunu iddia etmişlerdir.

SERVPERF modelinin güçlü tarafı, uygulama biçiminin kolay olması ve yorumlama geçerliliğinin yüksek olmasıdır. Modelin zayıf tarafı ise, müşterilerin beklentileri üzerinde bir değerlendirme yapılamamasıdır. Bunun neticesi de, kalite iyileştirilmesinin hangi yerlerde yapılması gerektiğiyle ilgili verilerin yok olmasıdır (Boyacıoğlu, 2008: 48).

Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla geliştirilen SERVQUAL ve SERVPERF modellerinin dışında, yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilen modeller de söz konusudur. Yükseköğretim kurumlarında kalite konusunda yapılan çalışmalarda öğrenci algılarının tespit edilmesine önem verildiği görülmektedir. Yükseköğretim hizmetlerinin diğer hizmetlerden farklı bir yapıda olması nedeniyle, söz konusu modellerin yetersiz yönlerinin bulunduğu anlaşılmıştır. Bu amaçla, yükseköğretim kurumlarının özelliklerini göz önünde bulunduran HEdPERF modeli geliştirilmiştir (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 123).

3.3. HEdPERF Hizmet Kalitesi Modeli

Firdaus (2006), yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesini belirlemek için Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği ile Cronin ve Taylor(1992) tarafından geliştirilen SERVPERF ölçeğinin eğitimdeki hizmet kalitesini tespit etmeye uygun olmadığını düşünerek kendi geliştirdiği HEdPERF (Higher Education Performance) modelinin farkını ortaya koymuştur. Öğretim hizmeti veren kurumlarda kalitenin belirlenmesinde daha gerçek sonuçlara ulaşıldığını savunmuş ve yeni ölçeğin diğerlerine göre avantajını kanıtlamıştır. HEdPERF modelinde akademik yönlerin yanı sıra eğitimle ilgili tüm boyutların ölçülmesi hedeflenir (Firdaus, 2006: 570).

Yükseköğretim kurumunda hizmet kalitesini ilk başlarda akademik olmayan özellikler, akademik özellikler, güvenilirlik, empati olarak 4 boyutta ele alan ölçek, sonradan 6 boyutlu haline dönüştürülmüştür. HEDPERF ölçeği ile öğrencilerden sunulan hizmeti akademik olmayan özellikler, akademik özellikler, erişilebilirlik, imaj, sunduğu programlar ve empati olmak üzere 6 boyutta değerlendirmeleri istenmektedir (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 124). HEDPERF modeli yalnızca yükseköğretim kurumlarında kullanılmak üzere geliştirilmiştir. 13 maddesi SERVPERF modelinden uyarlanmış, diğer maddeleri ise nitel çalışmalarla biçimlendirilmiştir. Toplamda 41 maddeden oluşmaktadır (Firdaus, 2005: 305-328). (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 124). HEDPERF ölçeğine göre hizmet kalitesinin boyutları akademik olmayan yönler, akademik yönler, erişilebilirlik, imaj, program konuları ve anlayış şeklinde olup aşağıda sıralanmaktadır (Firdaus, 2006).

3.3.1. Akademik Olmayan Yönler

İdari işlerle ilgilenen tüm personelin öğrencilere karşı saygı göstermesi, eşit muamelede bulunması ve öğrenciler ile ilgili verilerin gizli tutulmasındaki isteği ve kabiliyetidir. Yükseköğretim kurumlarında öğrenciler için yüz yüze görüştüğü ve sürekli vakit geçirdiği idari personelin sunduğu hizmet kalitesi büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada akademik olmayan yönler boyutunda; idari personelin öğrencilere ilişkin tutumları, öğrencilerin sorunlarıyla ilgilenilmesi, öğrencilere verilen sözün zamanında yerine getirilmesi, öğrencilerle iyi iletişim kurulması, idari personelin sistemler hakkında yeterli bilgiye sahip olması, hizmetlerin zamanında sunulması ve öğrencilere ilişkin bilgilerin gizliliğinin korunması konuları ele alınmıştır (Firdaus, 2006).

3.3.2. Akademik Yönler

Akademik personelin sorumluluklarını açıklayan boyuttur. Öğrencilere olumlu tavır ve davranışlarda bulunan, iyi iletişim kuran, danışmanlık için yeterli zaman ayıran ve öğrencilere geri dönüş sağlayan akademisyenleri tanımlamaktadır. Akademik personelin öğrencilerle olan diyalogu kaliteyi yükseltmede oldukça önemlidir. Tayyar ve Dilşeker (2012: 189-190)'in çalışmalarında bu çalışmada olduğu gibi akademik yönler boyutu kullanılmıştır. Söz konusu çalışmalarında bu boyut altında akademik personelin öğrencilere yönelik tutum ve davranışları, yeterlilik seviyeleri, öğrencilere karşı sorumluluklarını yerine getirebilme ve dış görünüşleriyle ilgili ifadelerle yer verilmiştir. Bu çalışmada akademik personelin öğrencilere karşı tutum ve davranışları, öğrencilerle iletişimi, öğrencilere bilgi aktarımı konusunda yeterlilikleri, eğitim düzeyleri ve öğrencilere karşı sorumluluklarını yerine getirmeleri dikkate alınmıştır (Firdaus, 2006).

3.3.3. Erişilebilirlik

Bu boyut iletişim kolaylığı, mevcut olma, elverişlilik, yaklaşılabirlik gibi unsurları kapsar. Öğrenciye ihtiyacı olan hizmetin söz verilen zamanda yerine getirilmesini içerir (Firdaus, 2006).

3.3.4. İmaj

Yükseköğretim kurumlarının profesyonel imaj oluşturmadaki önemini ifade eder. Üniversitenin imajıyla ilgili öğrencilerin fikirlerini tespit etmeye yönelik maddeleri içerir. Bu çalışmada Akdeniz Üniversitesinin imajı hakkında öğrencilerin görüşlerini almaya yönelik ifadeler yer verilmiştir (Firdaus, 2006).

3.3.5. Program Konuları

Bu boyut akademik programların kaliteli, geniş kapsamlı, esnek yapıda olmasının önemini içerir. Öğrencinin alanıyla ilgili tüm ayrıntılara sahip öğretim görmesinin önemli olduğu vurgulanmaktadır (Firdaus, 2006).

3.3.6. Anlayış

Sağlık ve danışmanlık hizmetleri yönünden öğrencilerin özel gereksinimlerinin anlaşılmasını konu almaktadır. Öğrencilerin özel yaşamlarını sürdürebilmesi amacıyla psikolojik ve fizyolojik ihtiyaçlarının sağlanması ile ilgili unsurları içerir (Firdaus, 2006).

Firdaus (2006) SERVPERF ölçeğindeki anlayış ve erişilebilirlik boyutlarına eklemeler yaparak HEdPERF ölçeğini geliştirmiştir. Firdaus (2006) öncelikle SERVPERF ve HEdPERF ölçeği ile Malezya Üniversitesinde incelemeler yapmış ve çalışmaların sonucunda yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda HEdPERF ölçeği ile doğru sonuçlara ulaşmış ve HEdPERF ölçeğinin daha elverişli olduğunu savunmuştur.

3.4. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Günümüzde hizmet, kişiler tarafından yerine getirilen görevleri içeren bir tanım olmanın ötesinde, mükemmel hizmeti veren kişilere veya işletmelere müşteri, saygınlık ve para kazandırmak üzere uzman olmayı zorunlu hale getiren görevler olarak açıklanmaya başlamıştır. İşletmeler, müşterilere nitelikli hizmet vermek ve hizmette kaliteyi artırmak için oldukça uğraşmakta ve farklı taktikler uygulamaktadırlar. İş yerleri, bundan böyle verdikleri hizmetin niteliğiyle piyasada başarı elde edeceklerini ve üstünlük sağlayacaklarını anlamaya başlamışlardır (Karahan, 2000: 9-10).

Eğitimde kaliteden bahsedebilmek için öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin beklentilerinin ve algılarının farkında olmak gerekir. Ancak bu şekilde eğitim hizmetlerinin kalitesi yükseltilebilir (Okumuş ve Duygun, 2008). Hizmet kalitesini ölçümlemek epey karışık olduğundan, eğitimin kalitesini tarafsız olarak değerlendirmek için daha fazla çalışılması gerekmektedir. Her şeyden önce yükseköğretim kurumlarında hizmeti sağlayan akademik ve idari personelin öğrencilerle olan iletişimi ve öğrencilerin memnuniyet düzeyinin belirlenmesi çok zordur. Değişik coğrafi bölgelerden gelen ve kültürel çeşitliliğe sahip öğrencilerin, öğretim elemanlarının ve idari personelin ilişkileri, memnuniyet seviyesini etkilemektedir (Şahin, 2011: 51). Başka bir deyişle, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesi konusunda amaca ulaşmak için, akademik ve idari personelin düzenli ve ahenkli bir şekilde hareket ederek tüm paydaşlara hitap eden bir yol izlenmesi gerekmektedir (Türel ve Aytar, 2014).

Yükseköğretim kurumlarının artan sayısının sonucu olan rekabet ve kaliteli hizmet beklentisi sebebiyle, hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik araştırmaların sayısı artmaktadır. Bu araştırmalar eğitim programlarının iyileştirilmesine yönelik yapılmakta; binalara ulaşım kolaylığı, eğitimde çeşitlilik, öğretim elemanı ve öğrenci diyalogu, eğitimi geliştirme, öğrenci seviyesini yükseltme, akademik kalite, teknolojik imkân ve öğretim deneyimi konuları üzerinde durulmaktadır (Cardona ve Bravo, 2012).

Son zamanlarda hizmet kalitesine yönelik araştırmalarda en sık kullanılan yöntem; Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından geliştirilen SERVQUAL modeli olmuştur. SERVQUAL modeli; beş boyutun (Fiziksel özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati) her hizmet alanına uygun olamayacağı, hizmet kalitesini ölçmek için beklentilerin gereksiz olması ve bu ölçüm modelinin sonuca değil sürece yoğunlaşması gibi sebeplerden dolayı eleştirilmiştir (Carman, 1990; Babakus ve Boller, 1992; Teas, 1994). Fakat literatür incelendiğinde yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek üzere SERVQUAL yöntemi temel alınarak yapılan çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak; Altan, Ediz ve Atan (2003), Yılmaz, Filiz ve Yaprak (2007), Duygun (2007), Güzel (2006), Özgül ve Deveci (2005), Aygün (2014), Karahan (2013), Arakaya (2016), Gerşil ve Güven (2018), Can (2016)'ın çalışmaları gösterilebilir.

Altan, Ediz ve Atan (2003), Gazi Üniversitesi ile Başkent Üniversitesinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında devlet ve vakıf üniversitesinde algılanan hizmet kalitesi düzeylerini karşılaştırmışlardır. Bu çalışmadaki amaç; hizmet kalitesi boyutlarını ve bunların önem derecelerini tespit etmek, devlet ve vakıf üniversitesinin SERVQUAL sayılarını belirlemek ve bu iki üniversiteyi sonuçlar bakımından birbirleri ile kıyaslamak, tespit edilen

hizmet kalitesi boyutlarının yaş ve cinsiyet unsurlarına göre farklılıklarını ortaya çıkarmaktır. Somut özellikler ile güven-empati boyutunda Başkent Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi öğrencilerinin hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı, güvenilirlik ve heveslilik boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sonuç olarak her iki üniversitenin SERVQUAL sonuçları karşılaştırıldığında vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin devlet üniversitesindeki öğrencilere göre hizmet kalitesini daha yüksek algıladığı tespit edilmiştir. Bir başka deyişle Başkent Üniversitesinde öğrenci memnuniyeti Gazi Üniversitesine göre daha fazladır. Kalite boyutları değerlendirildiğinde öğrencilerin en çok heveslilik boyutuna önem verdikleri görülmüştür. Hizmet kalitesi boyutlarının yaş ve cinsiyetlere göre farklılıklarına bakıldığında iki üniversitenin de öğrencileri için cinsiyet bakımından anlamlı farklılık bulunmadığı ortaya çıkmıştır.

Yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yapılmış olan Yılmaz, Filiz ve Yaprak (2007)'in araştırmasının amacı, Osmangazi Üniversitesi ile Anadolu Üniversitesi'nde öğrencilere sunulan hizmetler bakımından beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki farkı belirlemektir. Ayrıca hizmet kalitesi boyutlarını ve bu boyutların önem derecelerini belirlemek; hizmet kalitesi yönünden iki üniversiteyi karşılaştırmak amacıyla SERVQUAL modeli kullanılmıştır. Hizmet kalitesi boyutları; ilgi, yeterlilik, güven, somut özellikler ve hevesliliktir. Her iki üniversitenin SERVQUAL sonuçları karşılaştırıldığında Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin Osmangazi Üniversitesi öğrencilerine göre algıladıkları hizmet kalitesinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca üniversite öğrencilerinin en çok heveslilik ve yeterlilik boyutlarını önemsedikleri görülmüştür. İki üniversitenin karşılaştırılmasında SERVQUAL puanları negatif çıkmıştır. Sonuç olarak tüm boyutlar açısından ele alındığında öğrencilerin bekledikleri hizmeti alamadıkları anlaşılmaktadır.

Altan, Ediz ve Atan (2003) ile Yılmaz, Filiz ve Yaprak (2007)'in çalışmalarında SERVQUAL modelinin 22 orijinal ifadesi kullanılmıştır. Ancak ifade sayısına eklemeler yapan Duygun (2007) ve Güzel (2006)'in çalışmalarının olduğu da görülmektedir.

Duygun (2007) araştırmasında, Açıköğretim kurslarında verilen eğitimde öğrencilerin hizmet kalitesini nasıl algıladıklarını incelemek üzere; algılanan kalite ve beklenen kalite arasındaki farka dayanan SERVQUAL modelini kullanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre; öğrencilerin eğitim hizmetleri ile ilgili algıları beklentileri karşılamamaktadır. Ayrıca öğrencilerin algıladığı hizmet kalitesi ile cinsiyet ve gelir durumu arasında anlamlı ilişkilerin olmadığı görülmüştür. Son olarak öğrencilerin genel memnuniyet düzeyi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiye bakılmış ve sonuç olumlu çıkmıştır. Güzel (2006)'in araştırmasının amacı, turizm eğitimi verilen üniversitelerde öğrencilerin beklentilerinin hangi düzeyde

karşılandığının tespit edilmesi, ayrıca öğrencilerin hangi hizmet kalitesi boyutlarını önemsediklerinin incelenmesidir. Yükseköğretimde hizmet kalitesinin tespiti amacıyla yapılan bu çalışma, SERVQUAL ölçeğinin fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati boyutlarından oluşmaktadır. Başkent Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve Gazi Üniversitesinde yapılan bu çalışmada, öğrenci beklentileri ve algıları arasındaki fark ölçülmeye çalışılmıştır. Turizm eğitimi alan öğrencilerin hangi hizmet kalitesi boyutlarına odaklandıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu üç üniversitede yapılan incelemeler değerlendirildiğinde, hizmet kalitesi açısından öğrencilerin beklentileri karşılanamamaktadır. Gazi Üniversitesi, bütün boyutlarda öğrencilerin beklentilerini karşılayamamıştır. Ayrıca hizmet kalitesinin en yüksek çıktığı boyut empati, en düşük çıktığı boyut ise fiziksel görünüm olmuştur. Bilkent Üniversitesi, tüm boyutlarda beklentileri karşılayamamıştır. Bunun yanında hizmet kalitesinin en yüksek olduğu boyut empati, en düşük olduğu boyut ilgi-heveslilik olmuştur. Başkent Üniversitesi'nde ise yalnızca güvence boyutunda beklentiler karşılanmıştır. Bu nedenle hizmet kalitesinin en yüksek olduğu boyut güvence olarak ortaya çıkmıştır. En düşük olduğu boyut fiziksel görünüm olmuştur. Öğrencilerin memnuniyet seviyelerinin düşük çıktığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, turizm eğitimi veren üniversitelerin hedefleri arasında üst sıralarda yer alması gereken konu hizmet kalitesini yükseltmek olmalıdır.

Eğitim sektöründe hizmet kalitesi ölçümü üzerine yapılan Özgül ve Deveci (2005)'in araştırmalarında, Dokuz Eylül Üniversitesi ve Ege Üniversitesinde İşletme bölümü öğrencilerine sunulan eğitim hizmetine ilişkin beklenti ve algılar SERVQUAL modeli ile ölçülmüştür. Bu üniversitelerde dikkat çeken hizmet kalitesi boyutları güven ve güvenilirlik olmuştur. Öğrenciler, öğretim elemanlarının kendi alanlarında bilgili olmalarına, bu bilgileri doğru iletmelerine önem vermişlerdir. Hizmet kalitesi boyutlarında en az önemsenen boyutlar; fiziksel özellikler ve duyarlılık olarak ortaya çıkmıştır.

Aygün (2014), Bitlis Eren Üniversitesinde eğitim gören öğrencilerin verilen hizmetten tatmin olma seviyelerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada verileri anket yöntemiyle elde etmiştir. SERVQUAL ölçeğinden yararlandığı çalışmanın sonucuna göre; öğrencilerin hizmet kalitesini yetersiz buldukları görülmüştür. Bununla birlikte, hizmet kalitesi algılarının, öğrencilerin yaşam koşullarından etkilendiği anlaşılmıştır.

SERVQUAL modeline dayanan araştırmalar, düzenlenen anketler sayesinde yapılmıştır. Bu anketlerde, modelin içerdiği boyutlarla ilgili konularda beklentileri ve algıları değerlendirmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Karahan (2013), İnönü Üniversitesi Malatya Meslek Yüksekokulu'nda yükseköğrenim kurumundaki kalite uygunluğunu tespit etmek üzere öğrenci memnuniyet düzeyini ölçmek için bir anket çalışması yapmıştır. Yapılan

inceleme sonucunda öğrencilerin daha çok personel yeterliliği, kariyer desteği, eğitim ve öğretim konularına önem verdikleri belirlenmiştir. Çalışmanın yapıldığı yüksekokul yönetimine, ortak kullanılan mekanların temizliği, okul yönetiminin sosyal aktiviteler ile ilgili çalışmalara önem vermesi, bu faaliyetler aracılığıyla öğrencilerle bir araya gelerek iletişimi artırması, yüksekokulda görevli hizmet personelinin eğitim desteği ile daha yeterli seviyeye getirmeleri, mezun olan öğrencilere iş bulma ve kariyer desteği verilmesi konusunda gayret gösterilmesi gerektiği gibi tavsiyelerde bulunulmuştur.

Aarakaya (2016), üniversitelerde öğrenim görmekte olan öğrencilerin Öğrenci Daire Başkanlığından aldıkları hizmetin kalitesine ilişkin beklenti ve algıların ortaya çıkarılmasını ve öğrenci işleri bölümü hizmet kalitesi yönünden üniversitenin ilerlemesine katkı sağlanmasını amaçlayan bir çalışma yapmıştır. Karabük Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans ve önlisans öğrencilerinin hazırlanan bir anket ölçeği ile görüşleri alınmıştır. Hizmet kalitesini belirlemek için SERVQUAL ölçüm tekniği kullanılan bu çalışmada, öğrencilerin beklenen hizmet kalitesi boyutları sırasıyla; güvenilirlik, heveslilik, güven, fiziksel özellikler ve empati olarak saptanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Karabük Üniversitesi öğrencilerinin en çok beklentisinin olduğu hizmet kalitesi boyutu güvenilirlik en az beklenti içinde oldukları boyutlar ise fiziksel imkanlar ve empati olmuştur.

Algılanan kalite ile beklenen kalite arasındaki farka dayanan SERVQUAL modelinde, algıları tespit etmek için 22 ifade ve beklentileri tespit etmek için 22 ifade olmak üzere toplam 44 ifade vardır. Bu model “fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati” boyutlarından oluşur (Zeithaml, V.A. vd.,1990: 23).

Üniversitelerde hizmet kalitesinin iyileştirilmesine yönelik öğrencilerin beklentileri ve algıları arasındaki farkı beş boyutta değerlendirmek amacıyla Gerşil ve Güven (2018), SERVQUAL yöntemini kullanarak bir çalışma yapmışlardır. Celal Bayar Üniversitesinde yapılan bu çalışmada, öğrencilere verilen hizmetlerin bütün boyutlarda beklentilerin altında kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Hizmet kalitesi boyutları incelendiğinde öğrencilerin beklentilerini en çok empati boyutu; en az güven boyutu karşılamıştır.

Kar yapmayı amaç edinmeyen fakat hizmet üreten işletmeler arasında kütüphaneler de yer almaktadır. Kütüphanelerin verdiği hizmetlerin kalite seviyesinin yükseltilmesi için sağlıklı verilere bağlı bir şekilde ölçülmesi gerektiğini savunan Can (2016)'ın, SERVQUAL ölçeğinden yararlanarak Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesinde gerçekleştirdiği çalışmasının amacı kütüphanelerde sağlanan hizmet kalitesinin ölçülmesidir. Sonuçlara bakıldığında; kütüphanenin fiziksel görünüşü öğrencilerin beklentilerinin karşılanması konusunda yetersiz kalmıştır. Algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinden

düşük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla öğrenciler bakımından memnuniyet tam olarak sağlanamamıştır.

Altıntaş (2014), yükseköğretim sisteminde hizmet kalitesini belirlemek amacıyla Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin hizmet kalitesi algılarını ve memnuniyet derecelerini tespit etmeye çalışmıştır. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde; eğitim hizmetlerine ilişkin öğrenci algılarının, beklentilerin altında olduğu ve düşük memnuniyet düzeyi ortaya çıkmıştır. Demografik değişkenlerden gelir durumu ve cinsiyete bakıldığında hizmet kalitesi algısı cinsiyet ve gelirden bağımsızdır. Algılanan hizmet kalitesi arttıkça tatmin seviyesi artmakta; algılanan hizmet kalitesi azaldıkça tatmin seviyesi de düşmektedir. Buna göre algılanan hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında olumlu ilişkiden bahsetmek mümkündür. Eğitim hizmetlerinde kaliteyi yükseltmek için öncelikle fiziksel görünüme, daha sonra öğrenci odaklı faaliyetlere, eğitimin kalitesine, nitelikli ve tecrübeli öğretim elemanlarının çalıştırılması konularına özellikle önem verilmesi gerektiği tavsiyelerinde bulunulmuştur.

Çavdar (2009), genel olarak kalite kavramını incelediği çalışmasında, Owlia ve Aspinwall (1996) tarafından belirlenen yükseköğretim kalite faktörlerine göre üniversitenin Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine sunmuş olduğu hizmetlerin değerlendirilmesine ilişkin bir anket uygulaması yapmıştır. Yükseköğretime yönelik belirtilen kalite faktörlerinin (yeterlilik, somut unsurlar, güvenilirlik, tutum, içerik, sunum) hepsinin öğrencilerin gözüyle önemli olarak değerlendirildiği ortaya çıkmıştır. Öğrenciler fakülteyi yeterlilik yönünden iyi; tutum yönünden yetersiz olarak görmüşler, kalite ile ilgili diğer kavramlar bakımından normal olarak değerlendirmişlerdir.

Literatürde hizmet kalitesinin ölçülmesi ile ilgili SERVPERF ölçeğine dayanan çalışmalar da bulunmaktadır. Eğitim alanında hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik yapılan çalışmalarda SERVPERF ölçeğini kullanan araştırmacılardan bazıları Nadiri, Kandampully ve Hussain (2009) ve Sakarya (2006)'dır. Nadiri, Kandampully ve Hussain (2009) Doğu Akdeniz Üniversitesinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında, algılanan hizmet kalitesi ölçeğinin öğrenciler için uygulanmasını ve yükseköğretimde öğrenci tatminini belirlemeyi istemişlerdir. Bundan başka kütüphane, spor, sağlık, rektörlük, yurtlar, kayıt işlemleri gibi idari bürolar tarafından verilen hizmetlerin algılanan hizmet kalitesini tespit etmeye çalışmışlardır. SERVPERF ölçeğinin temel alındığı çalışmadan elde edilen sonuçlarda, hizmet kalitesi ölçeğinin soyut özellikler ve somut özellikler olarak iki boyutlu yapıda olduğu görülmüştür. Temiz ve zarif görünümlü personel, mesai saatleri, güvenli davranış konularında öğrencilerin algıladığı kalite yüksektir. Buna ek olarak algılanan kalitenin düşük olduğu konular; modern donanım, hizmetle ilgili araç-gereçler ve personel ilgisi olmuştur. Tüm sonuçlar

değerlendirildiğinde Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin sunduğu hizmetler öğrencileri tatmin etmektedir.

Sakarya (2006)'nın çalışmasının amacı, yükseköğretimde öğrencilere yönelik hizmet kalitesinin ölçümü için kullanılmış ölçeklerden yararlanarak bir öğrenci tatmin ölçeği geliştirmek ve bu ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini sınamak üzere Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine yönelik bir çalışma gerçekleştirmektir. Yükseköğretim kurumları tarafından sunulan hizmetler çerçevesinde, öğrencilerin hizmet kalitesini değerlendirmelerinde temel olan değişkenlerin ve faktörlerin tespit edilerek ölçeğe dahil edilmesi ve ölçeğin genel amaçlara hizmet edecek şekilde, orijinali bozulmadan yapılan eklemelerle yeniden oluşturulmasını sağlamak amaçlanmıştır. SERVQUAL ve SERVPERF ölçeklerini inceleyen ve bu ölçekleri yükseköğretim sistemine uyarlayan Holdford ve Reinders (2001) ölçeği temel alınmıştır. 2. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde yapılan anket uygulamasına göre; 2. sınıf öğrencilerinin tatmin düzeylerinin 4. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Tatmin yönünden bölümler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Öğretim elemanları boyutu yönünden İşletme bölümü ve Uluslararası İlişkiler bölümü arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İşletme bölümü öğrencilerinin idari personelin performansına yönelik tatmin düzeyinin Maliye ve İktisat bölümü öğrencilerinden daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim-öğretim ile destek hizmetlerinin değerlendirilmesinde bölümler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Nadiri vd. (2009) 24 ifadeden yararlanarak somut özellikler ve soyut özellikler boyutlarına ulaşmıştır. Sakarya (2006) 56 ifadeden yararlanarak akademik personel, eğitim öğretim kaynakları, yönetim ve bölüm ofislerindeki personel, üniversite destek hizmetleri, eğitim öğretim kalitesi ve destek hizmetleri boyutlarını bulmuştur.

Brochado (2009), yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümü üzerine beş ölçeğin (SERVQUAL, önem ağırlıklı SERVQUAL, SERVPERF, önem ağırlıklı SERVPERF ve HEdPERF) karşılaştırılması amacıyla yaptığı çalışmasına, Lizbon'daki bir üniversiteden 360 öğrenciyi dahil etmiştir. Araştırma sonucunda, SERVPERF ve HEdPERF ölçeklerinin daha iyi performans gösterdiğini ve hizmet kalitesi ölçümünde ikisinin aynı düzeyde iyi olduğunu tespit etmiştir.

Yükseköğretim kurumlarında eğitim hizmetlerinin kalitesini ölçmeye yönelik yerli ve yabancı çalışmalar incelendiğinde öğrenci algılarının tespit edilmesinin ön planda olduğu görülmektedir. Hizmet kalitesini belirlemek amacıyla çeşitli ölçüm modellerinin (SERVQUAL, SERVPERF vs.) kullanıldığı araştırmalara sıkça rastlanmaktadır. Bununla birlikte yükseköğretim kurumlarının özelliklerini dikkate alan, diğer ölçeklere göre daha

kapsamlı olan ve performansı temel alan HEdPERF ölçüm modelinin kullanıldığı çalışmalar oldukça sınırlıdır.

Dilşeker (2011)'in devlet ve vakıf üniversitelerini karşılaştırmalı olarak değerlendirdiği çalışmasının amacı yükseköğretim kurumunda algılanan hizmet kalitesini ve öğrencilerin memnuniyetini analiz etmektir. Hizmette kaliteyi ölçmek amacıyla SERVQUAL, SERVPERF ve özellikle yükseköğretimde hizmet kalitesini tespit etmek için geliştirilmiş olan HEdPERF ölçeklerinden sağlanan sorulardan bir anket oluşturulmuştur. Ege Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve Yaşar Üniversitesi öğrencilerine anket uygulaması yapılarak görüşleri alınmıştır. Ayrıca bu ankette memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat ile ilgili sorular da yer almıştır. Çalışmadan elde edilen verilere göre, hizmet kalitesinin en yüksek olduğu boyut destek hizmetleri, daha sonra fiziksel özellikler boyutudur. Uluslararasılaşma boyutu, hizmet kalitesi en düşük olan boyuttur. Diğer değişkenlerin ortalamaları incelendiğinde en yüksek olanı tavsiye, diğerleri sırasıyla memnuniyet, imaj ve sadakat şeklindedir. Vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin tatmin oranının, devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerden fazla olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat dereceleri de yüksek çıkmıştır.

Bektaş ve Ulutürk Akman (2013)'ın çalışmalarının amacı; yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetin kalitesini belirlemek için kullanılan HEdPERF ölçeğinin incelenmesidir. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesinde eğitim alan 491 öğrenciye anket uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler, HEdPERF ölçeğinin yükseköğretim kurumlarının öğrencilere sunduğu hizmet kalitesinin ölçülmesinde uygun ve güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Öğrencilerin memnuniyetini ölçmek üzere kullanılan HEdPERF ölçeği; kurumun akademik yönü, kurumun idari yönü, kurumun fiziki imkanları, kurumun imajı, erişilebilirlik, kurumun sunduğu diploma programları boyutlarından oluşmaktadır.

Deveci (2016), turizm rehberliği eğitimi veren üç yükseköğretim kurumunda öğrencilerin hizmet kalitesini nasıl yorumladıklarını belirlemek amacıyla yaptığı araştırmasında anket tekniğinden yararlanmıştır. Hizmet kalitesini ölçmek üzere çeşitli modeller kullanılsa da, bu çalışmada yükseköğretim kurumlarının niteliklerini göz önünde bulunduran ve bu hizmet sektörüne uygun tasarlanmış HEdPERF ölçeğinden faydalanılmıştır. Anket sonuçlarına göre; yükseköğretimdeki hizmet kalitesinden orta derecenin üzerinde memnuniyet duyulduğu görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarından; kurumun idari yönü, kurumun akademik yönü, kurumun imajı, erişilebilirlik, kurumun sunduğu diploma programları ve kurumun fiziki imkanları

boyutlarının birbiriyle olan ilişkileri değerlendirildiğinde boyutlar arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Kurumun idari yönü boyutu ile ilişkisinin en yüksek olduğu boyut erişilebilirlik boyutudur. Benzer şekilde kurumun imajı, kurumun akademik yönü ve kurumun fiziki imkanları boyutları ile ilişkilerinin en yüksek olduğu boyut erişilebilirlik boyutudur. Erişilebilirlik boyutu ile ilişkisinin en fazla olduğu boyut kurumun akademik yönü boyutudur. Kurumun sunduğu diploma programları boyutu ile ilişkisinin en fazla olduğu boyut kurumun idari yönü boyutudur. Bunların dışında hizmet kalitesini daha da artırmak üzere bazı önerilerde bulunulmuştur. Bu öneriler; yöneticilerin, kurumun akademik ve idari yönleri, fiziksel özellikleri hakkında öğrencilere bir anket yaparak elde edilen veriler ışığında kaliteyi yükseltmeye yardımcı bazı faaliyetler yapması, akademik personelin öğrencileri geliştirmek, idealleri konusunda onlara yol göstermek ve rehberlik etmek için daha bilgili olmaları ve niteliklerini artırmalı şeklinde ifade edilmiştir. Eğitim kalitesinin çoğunlukla memnuniyete bağlı olduğu düşünülürse, akademik personelin öğrencileri iyi tanıması kurumun hizmet kalitesini artırmasında yararlı olabilir. Araştırmaya dahil edilen turizm rehberliği öğrencilerinin en az memnuniyet duydukları boyut fiziki imkanlar boyutu çıkmıştır. Bu sonuçtan yola çıkarak, öğrencilerin görüşleri göz önünde tutulup kurumun fiziki imkanlarını iyileştirmek üzere gerekenler yapılabilir.

Erüstün, (2019)'ün çalışmasının amacı, HEDPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesi algısının belirlenmesinde geçerliliğinin test edilmesidir. Bu yönde Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmada HEDPERF ölçeğinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; akademik personel, akademik olmayan personel, fiziksel olanaklar, akademik programlar, hizmetlere erişim ve fiziksel olmayan erişim boyutları olmak üzere 6 boyuta ulaşılmıştır. Bu bulgular doğrultusunda HEDPERF ölçeğinin daha sonra yapılacak hizmet kalitesi algısı çalışmalarında kullanılabilecek bir ölçek olduğu desteklenmiştir.

Firdaus (2006a), yükseköğretimdeki hizmet kalitesini, hem SERVPERF ölçeği hem de yükseköğretim hizmetleri için geliştirdiği HEDPERF ölçeği ile test etmiş ve karşılaştırmıştır. Malezya'daki üniversitelerde ve özel kolejlerde öğrenim gören 560 öğrenciyi çalışmasına dahil etmiştir. Araştırmanın bulguları, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesini ölçmede HEDPERF ölçeğinin daha etkin ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Sonuçlara göre; algılanan hizmet kalitesinin tespit edilmesinde erişim boyutunun diğer boyutlara göre daha kuvvetli olduğu ortaya çıkmıştır.

Mang'unyi ve Govender (2014), Kenya'da bulunan özel üniversitelerdeki öğrenciler üzerinde hizmet kalitesi ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yaptıkları

araştırmalarında HEdPERF ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre; boyutlar (akademik yönler, akademik olmayan yönler, erişilebilirlik, itibar, program konuları ve anlayış) arasında pozitif ve önemli bir ilişki ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesinin memnuniyeti etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca yükseköğretimdeki hizmet kalitesinin ölçülmesinde HEdPERF ölçeğinin geçerliliğini ortaya koymuşlardır.

Lazibat vd. (2014), yükseköğretim kurumlarında algılanan hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyetini nasıl etkilediğini belirlemek üzere Hırvatistan’da yaptıkları araştırmalarında HEdPERF ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmalarına hem öğrencileri hem de öğretim elemanlarını dahil etmişler ve araştırmanın sonucunda iki grubun görüşleri arasında çok az bir farklılık olduğunu belirlemişlerdir. Bununla birlikte iki farklı grup tarafından hizmet kalitesinin değerlendirilmesinin çalışmadaki önemini vurgulamışlardır.

Yukarıdaki araştırmalardan yola çıkarak; üniversitelerdeki eğitim sisteminde de benzeri bazı işletmelerde olduğu gibi; hizmetlerin soyut, ayrılmaz ve depolanamaz olması, standartlaştırılamaması hizmet kalitesinin ölçümünü zorlaştırmaktadır. Hem devlet üniversiteleri hem de vakıf üniversiteleri paydaşlar tarafından nasıl yorumlandığını bilmelidir. Bu nedenle yükseköğretim kurumları hizmet kalitesini ölçmek zorundadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN YÜKSEKÖĞRETİMDEKİ HİZMET KALİTESİ ALGILARINI BELİRLEMeye YÖNELİK YAPILAN BİR UYGULAMA

Bu bölümde tez araştırmasının amacı ve kapsamı, önemi, araştırmayla ilgili sınırlamalar, yöntem ve bulgular ele alınmıştır. Akdeniz Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan öğrencilerin hizmet kalitesini nasıl yorumladıklarını belirlemek amacıyla yapılan anket çalışması ve araştırmanın sonuçları bu bölümde incelenecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı; Akdeniz Üniversitesi'nde lisans turizm eğitimi alan öğrencilere sunulan hizmet kalitesi boyutlarının HEDPERF ölçeğine göre neler olduğunun belirlenmesidir. Belirlenen boyutlar doğrultusunda öğrencilerin demografik özellikleri ile ilişkileri ve anlamlı farklılıkların olup olmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Araştırmada evren ve örneklem Akdeniz Üniversitesi'nde lisans turizm eğitimi veren Turizm Fakültesi, Manavgat Turizm Fakültesi ve Serik İşletme Fakültesi olarak ele alınmıştır.

Akdeniz Üniversitesi 1982 yılında Antalya'da kurulmuştur. Batı Akdeniz bölgesindeki yükseköğretim kurumlarından Isparta'da faaliyet gösteren birimlerini 1992 yılında Süleyman Demirel Üniversitesine; Burdur'da faaliyet gösteren birimlerini 2006 yılında Mehmet Akif Ersoy Üniversitesine; Alanya'da faaliyet gösteren birimlerini ise 2015 yılında Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesine devretmiştir. Akdeniz Üniversitesi kuruluşundan günümüze kadar eğitim öğretim, araştırma, uygulama, geliştirme, üretim ve topluma hizmet anlamında çok büyük ve değerli faaliyetlerde bulunmuştur. Sadece toplumsal değil uluslararası ve evrensel düzeyde sosyal, fen, sağlık, spor, eğitim, dil, sanat vb. çalışma alanlarında seçkin başarılarla imza atılmıştır. 09.06.2021 tarihi itibarıyla Akdeniz Üniversitesi'nde toplam 65.938 öğrenci, 3135 akademik personel ve 1700 idari personel bulunmaktadır. Akdeniz Üniversitesi kampüsü Dumlupınar Bulvarı ile Uncalı semti arasında yer alan bölgede kurulmuş olup; bugün itibarıyla 24 Fakülte, 7 Enstitü, 1 Yüksekokul, 1 Konservatuar, 12 Meslek Yüksekokulu ve 59 adet araştırma ve uygulama merkezinde tüm çalışmalarını ve hizmetlerini sürdürmektedir (Akdeniz Üniversitesi, 2021). Turizm Fakültesi, Manavgat Turizm Fakültesi ve Serik İşletme Fakültesi Akdeniz Üniversitesi bünyesinde lisans düzeyinde turizm eğitimi vermektedir.

1982 yılında önce yüksekokul olarak eğitim öğretime başlayan Turizm Fakültesi dört yıllık lisans düzeyinde eğitim öğretime 1986-1987 yılında başlamıştır. İkinci öğretime öğrenci alımına 1992-1993 eğitim-öğretim yılında başlamıştır. Yüksekokul olarak kurulduğu yıllarda “Konaklama İşletmeciliği”, “Seyahat İşletmeciliği” ve “Yiyecek İçecek İşletmeciliği” programlarında eğitim-öğretim hizmeti verilmekteydi. 2012 yılından itibaren “Turizm İşletmeciliği”, “Turizm Rehberliği”, “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” ve “Rekreasyon Yönetimi” bölümleri ile Turizm Fakültesi olarak tüm faaliyetlerini sürdürmektedir. Fakülte yaklaşık 2.153 öğrencisi ile eğitim öğretime devam etmektedir (Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, 2021).

Manavgat MATSO Turizm Fakültesi Akdeniz Üniversitesi çatısı altında 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Gastronomi ve Mutfak Sanatları Lisans Programı açılarak öğrenci alınmasına karar verilmiştir. Manavgat MATSO Turizm Fakültesi, turizm bakımından önemli bir potansiyele sahip Antalya’nın Manavgat ilçesinde kurulmuştur. Fakültede “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” (örgün ve ikinci öğretim), “Turizm Rehberliği” (örgün ve ikinci öğretim), “Rekreasyon Yönetimi” ve “Turizm İşletmeciliği” bölümlerinde toplam 1388 öğrenciye lisans eğitimi verilmektedir (Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi, 2021).

Akdeniz Üniversitesi bünyesinde turizm eğitimi veren birimlerden biri olan Serik İşletme Fakültesine, ilk aşamada 2017-2018 yılında “Ekonomi ve Finans” programına öğrenci alımına izin verilmiştir. Daha sonra Yükseköğretim Kurulu Başkanlığının 17/08/2017 tarih ve 57214 sayılı kararıyla, fakülte bünyesinde “İşletme” ve “Uluslararası Ticaret” bölümleri 04/10/2017 tarihli kararıyla fakülte bünyesinde “Gayrimenkul ve Varlık Değerlendirme” ve “Turizm İşletmeciliği” bölümleri açılmıştır. Halen 277 öğrenci ile eğitim öğretime devam etmektedir. (Akdeniz Üniversitesi, Serik İşletme Fakültesi, 2021).

2020 ÖSYM (Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi) Yükseköğretim Programları ve Kontenjan Kılavuzunda yer alan bilgilere dayanarak Akdeniz Üniversitesi’nde lisans düzeyinde turizm eğitimi veren birimlerden, Turizm Fakültesi’nin tüm bölümlerinin toplam öğrenci kontenjanı 290’dur. Manavgat Turizm Fakültesi’nin tüm bölümlerinin toplam öğrenci kontenjanı 380 ve Serik İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü’nün öğrenci kontenjanı 30’dur. Dolayısıyla Akdeniz Üniversitesi’nin lisans turizm bölümü ile ilgili bölümlerine yılda yaklaşık 700 öğrenci alınmaktadır.

4.2. Araştırmanın Önemi

Güncel tartışmaların can alıcı noktası, belirli hedeflere göre gereksinim duyulan kaliteli insan gücünü yetiştirmektir. Üniversitelerin esas gayeleri; mesleki eğitim vermek,

bilimsel araştırmalarda bulunmak, ilerlemenin gerekli kıldığı bireyin bilgi ve becerisini artırmak şeklinde ifade edilebilir. Bu esas gayeler, tartışmaların merkezinde bulunan yetiştirme görevinin yükseköğretim kurumları tarafından yerine getirileceği anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda, eğitim sistemlerinde ele alınan temel konulardan biri yükseköğretimde hizmet kalitesinin artırılmasıdır. Yükseköğretim kurumlarında öğrencilere sunulan hizmet kalitesinin yükseltilmesi öncelikle öğrencilerin bu konuya ilişkin algılarının belirlenmesi ile mümkün olabilir. Bu araştırma öğrencilerin yükseköğretim kurumlarına yönelik hizmet kalitesi algılarını ölçmek, iyileştirmelere dair zm önerilerini geliştirmek amacıyla yapılmaktadır. Başka bir deyişle, yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesine yönelik mevcut durumun belirlenmesi ve geleceğe yönelik görüşler içermesi nedeniyle önem taşıymaktadır. Ayrıca Akdeniz niversitesi lisans turizm bölümü öğrencilerine yönelik hizmet kalitesine ilişkin HEDPERF lceğine göre bu kadar detaylı bir araştırmanın daha önce yapılmamış olması ve diğer niversiteler için yapılan araştırmaların çok sınırlı olması nedeniyle literatürde önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın, literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.3. Araştırmayla İlgili Sınırlamalar

Araştırma sadece 2020-2021 ğretim yılında Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Manavgat Turizm Fakültesi ve Serik İşletme Fakültesi'nde öğrenimlerine devam eden öğrencilere uygulanmıştır.

4.4. Araştırmanın Evreni ve rneklemi

Araştırmanın evrenini, Akdeniz niversitesinde lisans turizm eğitimi alan öğrenciler oluştırmaktadır. Kolayda rnekleme yöntemi ile yüz yüze anketler doldurtulmuştur. Araştırmada rnekleme üzerinde pilot çalışma yapılmış ve gerekli olan veriler elde edilmiştir. Uygulanan toplam anket sayısı 500 adet olup, bunlardan analizde kullanılması uygun olmayan anketler iptal edilmiş ve geriye kalan 482 adet anket analizde kullanılmıştır. Anket uygulaması 2020-2021 eğitim-ğretim yılında Akdeniz niversitesi'nin lisans turizm eğitimi veren birimlerinde gerçekleştirilmiştir.

Akdeniz niversitesi ğrenci İşleri Daire Başkanlığından alınan bilgilere dayanarak 2020-2021 ğretim yılında Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Manavgat Turizm Fakültesi ve Serik İşletme Fakültesi'nde lisans turizm eğitimi alan ğrenci sayısı toplam 3.818'dir. Araştırmanın evrenini bu fakültelerdeki öğrenciler oluştırmaktadır. Örnekleme büyüklüğü;

- Evren değeri 1000; $\alpha=0.05$ için örneklem değerleri $d=\pm 0.05$ hata ortalamasına göre $p = 0.5$ $q = 0.5$ olduğunda en az 278 kişi,
- Evren değeri 2500; $\alpha=0.05$ için örneklem değerleri $d=\pm 0.05$ hata ortalamasına göre $p=0.5$ $q=0.5$ olduğunda en az 333 kişi,
- Evren değeri 5000; $\alpha=0.05$ için örneklem değerleri $d=\pm 0.05$ hata ortalamasına göre $p=0.5$ $q=0.5$ olduğunda en az 357 kişi ve
- Evren değeri bir milyon ve üzeri; $\alpha=0.05$ için örneklem değerleri $d=\pm 0.05$ hata ortalamasına göre $p=0.5$ $q=0.5$ olduğunda en az 384 kişi olarak belirlenmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). Araştırmada seçilen örneklemin 482 öğrenciden oluşması örneklemin yeterli olduğunu ve gerekli koşulu sağladığını göstermektedir.

4.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırma verileri 20 Haziran 2020-Şubat 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Anket oluşturulurken yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik Firdaus Abdullah tarafından oluşturulan ölçek e-mail vasıtasıyla kendisinden izin alınmış ve sonrasında Türkçe'ye çevrilerek uyarlanmıştır. Alanında uzman 2 akademisyen tarafından çeviri kontrol edilmiştir. 7'li Likert ölçeğine göre hazırlanan anketin gerekli izinleri alınmış ve kontrolleri yapılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile anketler Akdeniz Üniversitesi turizm bölümünde eğitim görmekte olan öğrencilere uygulanmıştır. Covid-19 salgını nedeniyle Akdeniz Üniversitesi diğer üniversitelerde olduğu gibi uzaktan eğitim sürecine girmiş olup, anketlerin bir kısmı yüzyüze bir kısmı da online olarak gerçekleştirilmiştir.

Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım araştırmaya katılan turizm bölümü öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik 10 adet sorudan meydana gelmektedir. Bu bölümde öğrencilerden cinsiyeti, medeni hali, yaşı, kayıtlı olduğu okulu, sınıfı, öğrenim şekli, kampüs içinde mi yoksa dışında mı öğrenim gördüğü, gelmiş olduğu coğrafi bölge, aylık gelir durumu ve üniversiteyi seçmelerinde rol oynayan sebeplerle ilgili bilgiler istenmiştir. Anketin ikinci bölümü ise; yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek üzere oluşturulan HEdPERF ölçeğindeki 31 ifadeden oluşmaktadır. Öğrencilerden bu 7'li ifadelerle katılım düzeylerini 7'li Likert ölçeği ile yanıtlamaları istenmiştir. İfadelere verilen yanıtlar Kesinlikle Katılmıyorum=1, Katılmıyorum=2, Kısmen Katılmıyorum=3, Kararsızım=4, Kısmen Katılıyorum=5, Katılıyorum=6 ve Kesinlikle Katılıyorum=7 şeklinde sınıflandırılmıştır. Öğrencilerin hizmet kalitesi algılarını ölçmeye yönelik olan bu anket 20 Haziran 2020 ve Şubat 2021 ayları arasında birebir görüşme yoluyla öğrencilere uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçek ifadeleri Firdaus (2006a) ve Brochado (2009)

tarafından oluşturulan ölçeklerden uyarlanmıştır. Araştırmada kullanılan anket ölçeği, araştırmanın son bölümünde yer almaktadır.

Yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yapılan bu araştırmada; anket önce İngilizce olarak hazırlanmış, sonrasında Türkçe'ye çevirisi yapılmıştır. Manavgat Turizm Fakültesi'nden 50 öğrenciye pilot çalışma yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Pilot çalışmadan elde edilen bilgiler, istatistik paket programında test edilerek geçerlilik ve güvenirliliğine (Cronbach's alpha değeri 0,968) bakılarak kontrol edilip güvenilir olduğu anlaşılmıştır. Anketle ilgili gerekli düzenlemeler yapıp anket uygun hale getirilerek çalışmaya devam edilmiştir.

4.6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, öğrenci algılarını ölçmek için Firdaus (2006) tarafından geliştirilen HEDPERF ölçeği kullanılmıştır. HEDPERF ölçeğinin tercih edilmesindeki temel amaç ise; hizmet kalitesini belirlemede diğer ölçeklere kıyasla daha kapsamlı olması ve performansı temel almasıdır. Bazı araştırmalarda yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda HEDPERF ölçeği ile daha doğru sonuçlara ulaşıldığı ortaya konulmuştur. (Firdaus, 2006; Brochado, 2009; Bektaş ve Akman, 2013; Mang'uni ve Govender, 2014; Lazibat vd., 2014; Erüstün; 2019). Sonrasında araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezleri test etmek için t testi ve tek yönlü varyans (ANOVA) analizleri uygulanmıştır.

4.7. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları belirlenmiş ve ardından bu boyutların demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik hipotezler kurulmuştur ve bu hipotezler şu şekilde sıralanmıştır;

H_1 = Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_2 = Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_3 = Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile öğrenim şekli arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_4 =Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile öğrenim yeri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_5 =Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile kayıtlı olduğu okul arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_6 = Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile geldiği bölge arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_7 = Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile aylık gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

4.8. Veri Analiz Yöntemi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde istatistiki paket program olan SPSS 22.0'den yararlanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak verilerin analizinde sosyo-demografik özelliklerin frekans analizleri, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon analizi, bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), güvenilirlik analizleri ve faktör analizi yapılmıştır.

4.9. Araştırmanın Bulguları

4.9.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Yönelik İstatistikler

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ait bulgular tablo 4.1'de gösterilmektedir.

Tablo 4. 1 Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Değişkenler	f	%
Cinsiyet		
Kadın	253	52,5
Erkek	229	47,5
Toplam	482	100
Medeni Durum		
Evli	14	2,9
Bekâr	468	97,1
Toplam	482	100
Kayıtlı Olduğu Okul		
Fakülte (Antalya Turizm F.-Manavgat Turizm F.-Serik İşletme F.)	440	91,3
Lisansüstü (Sosyal Bil. Enst.)	42	8,7
Toplam	482	100
Sınıf		

Hazırlık	5	1
1.Sınıf	116	24,1
2.Sınıf	177	36,7
3.Sınıf	75	15,6
4.Sınıf	67	13,9
Lisansüstü	42	8,7
Toplam	482	100
Öğrenim Şekli		
Örgün Öğretim	402	83,4
İkinci Öğretim	80	16,6
Toplam	482	100
Öğrenim Yeri		
Kampüs İçi	306	63,5
Kampüs Dışı	176	36,5
Toplam	482	100
Geldiği Bölge		
Akdeniz	177	36,7
İç Anadolu	49	10,2
Karadeniz	45	9,3
Ege	88	18,3
Marmara	87	18
Güneydoğu	17	3,5
Doğu Anadolu	16	3,3
Diğer	3	0,6
Toplam	482	100
Aylık Gelir		
500 TL altı	111	23
500-1000 TL arası	203	42,1
1001-1500 TL arası	61	12,7
1501-2000 TL arası	39	8,1
2001-2500 TL arası	25	5,2
2501 TL ve üstü	43	8,9
Toplam	482	100

f: Frekans, %: Yüzde

Tablo 4.1'e göre anketin ilk bölümünü oluşturan demografik özelliklere ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde;

- Araştırmaya katılan öğrencilerin %52,5'ini (253 kişi) kadınlar oluştururken, %47,5'ini (229 kişi) erkekler oluşturmaktadır.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin %2,9'unun (14 kişi) evli olduğu görülürken, %97,1'inin de (468 kişi) bekâr olduğu görülmektedir.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin kayıtlı olduğu okullar incelendiğinde fakültede öğrenim görenler %91,3 (440 kişi) ve lisansüstünde öğrenim görenler %8,7 (42 kişi)

olarak belirlenmiştir. Ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun fakültede kayıtlı olduğu görülmektedir.

- Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflara göre dağılımlarına bakıldığında hazırlık sınıfı %1 (5 kişi), 1. Sınıf %24,1 (116 kişi), 2. Sınıf %36,7 (177 kişi), 3. Sınıf %15,6 (75 kişi), 4. Sınıf %13,9 (67 kişi) ve lisansüstü ise %8,7 (42 kişi)'dir.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim şekillerine göre oranlar birinci öğretim için %83,4 (402 kişi) ve ikinci öğretim için %16,6 (80 kişi) şeklinde dağılmıştır. Öğrencilerin büyük kısmı birinci öğretimde öğrenim görmektedir.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin %63,5'i (306 kişi) kampüs içinde, %36,5'i (176 kişi) kampüs dışında öğrenim görmektedir. Bu sonuçlara göre öğrencilerin çoğunluğunun kampus içinde öğrenimi tercih ettiği dikkati çekmektedir.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin geldikleri bölge değişkeninin oranları şu şekildedir; Akdeniz Bölgesi %36,7 (177 kişi), Ege Bölgesi %18,3 (88 kişi), Marmara Bölgesi %18 (87 kişi), İç Anadolu Bölgesi %10,2 (49 kişi), Karadeniz Bölgesi %9,3 (45 kişi), Güneydoğu Anadolu Bölgesi %3,5 (17 kişi), Doğu Anadolu Bölgesi %3,3 (16 kişi) ve diğer bölgeler (yurtdışından gelen kişiler) %0,6 (3 kişi)'dir. Öğrencilerin çoğunluğunu üniversitenin bulunduğu Akdeniz Bölgesinden gelen kişiler oluşturmaktadır.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin aylık gelir oranları ise; %23'ü (111 kişi) 500 TL altı, %42,1'i (203 kişi) 500-1000 TL arası, %12,7'si (61 kişi) 1001-1500 TL arası, %8,1'i (39 kişi) 1501-2000 TL arası, %5,2'si (25 kişi) 2001-2500 TL arası ve %8,9'u (43 kişi) 2501 ve üzeridir. Gelir durumları incelendiğinde 500-1000 TL arası seçeneğinin fazla olduğu görülmüştür.

Tablo 4. 2 Öğrencilerin Üniversiteyi Seçmelerindeki Tutuma İlişkin Frekans Tablosu

Bu Üniversiteyi Seçmenizde Rol Oynayan Başlıca Sebep Nedir?	f	%
Antalya'nın turizm şehri olması	163	33,8
Antalya'da yaşıyor olmanız	89	18,5
Arkadaş/Akraba Tavsiyesi	86	17,8
Diğer	79	16,4
Antalya'nın sıcak iklimi	66	13,7
Antalya'nın öğrenci şehri olması	58	12
Antalya'da yaşamın kolay olması	53	11
Önceki deneyiminiz	47	9,8
İnternet	40	8,3
Gazete, Dergi ve TV Reklamları	18	3,7

Tablo 4.2’de öğrencilerin bu üniversiteyi seçmelerinde rol oynayan sebepler ile ilgili olarak belirtilen soruya, öğrencilerden alınan cevap sırası şöyledir; “Antalya’nın turizm şehri olması” tercih edenlerin sayısı 163 kişi (%33,8) ilk sıradadır. İkinci sırada “Antalya’da yaşıyor olmanız” tercih edenlerin sayısı 89 kişi (%18,5) üçüncü sırada, “Arkadaş/akraba tavsiyesi” tercih edenlerin sayısı 86 kişi (%17,8)’dir. Bunları dördüncü sırada “Diğer” nedenlerle tercih edenlerin sayısı ile 79 kişi (%16,4) takip etmektedir. Beşinci sırada “Antalya’nın sıcak iklimi” tercih edenlerin sayısı 66 (%13,7), altıncı sırada “Antalya’nın öğrenci şehri olması” tercih edenlerin sayısı 58 kişi (%12), yedinci sırada “Antalya’da yaşamın kolay olması” tercih edenlerin sayısı 53 kişi (%11), sekizinci sırada “Önceki deneyiminiz” tercih edenlerin sayısı 47 kişi (%9,8), dokuzuncu sırada “internet” tercih edenlerin sayısı 40 kişi (%8,3) ve sonuncu olarak onuncu sırada “Gazete, dergi ve TV Reklamları” tercih edenlerin sayısı 18 kişi (%3,7) olmuştur. Öğrencilerin cevaplarına bakıldığında Antalya’nın turizm şehri olması Üniversite seçimlerinde oldukça etkili olmuştur.

4.9.2. Normal Dağılım Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin anlaşılması için basıklık (measures of kurtosis) ve çarpıklık (measures of skewness) analizleri yapılmıştır. Verilerin basıklık ve çarpıklık katsayılarının -1,5 ile +1,5 değerleri arasında olması halinde normal dağılım gösterdiği belirtilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Buradan hareketle Tablo 4.3’de gösterilen normal dağılım analizine göre verilerin uygun aralıklarda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4. 3 Normal Dağılım Analizi

Boyutlar	Min.	Max.	Basıklık	Çarpıklık
Akademik Yönler	1	7	-0,4258	-0,6414
İdari Yönler	1	7	-0,7842	-0,4347
Erişebilirlik	1	7	-0,3817	-0,6515
Program Konuları	1	7	-1,0955	-0,0625
İmaj	1	7	-0,925	-0,3437

4.9.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik kavramı, ölçme sisteminde tüm soruların kendi aralarında tutarlılığını, incelenen konunun ölçülmesinde benzerliği ortaya koymaktır. Güvenilirlik analizinde Likert ölçeğine göre ölçeklerin güvenilirliğini test etmeye yarayan Cronbach’s Alpha hesaplanır. Alfa katsayısının yorumlanmasında uygun olan kriter aşağıda gösterilmiştir (Özdamar, 1999:512-522)

- $\leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek güvenilirliği düşüktür.
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Yükseköğretimde hizmet kalitesini belirlemek amacıyla kullanılan ölçek 31 ifadeden oluşmaktadır. Bununla birlikte anketin ilk bölümünde demografik değişkenleri ifade eden 10 ifade bulunmaktadır. Tablo4.4.'de araştırmada kullanılan anket ölçeğinin güvenilirlik analizine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 4. 4 Güvenirlilik Analizi

Ölçekler	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
Genel Ölçek Güvenirliliği	0,967	31
<u>Araştırma Alt Ölçekleri</u>		
Akademik Yönler	0,932	9
İdari Yönler	0,961	10
Erişebilirlik	0,922	4
Program Konuları	0,889	4
İmaj	0,885	4

Tablo 4.4'de görüldüğü şekliyle hizmet kalitesi ölçeğindeki “Akademik Yönler” boyutunda yer alan ifadelerin Cronbach’s Alpha değeri 0,932; “İdari Yönler” boyutundaki ifadelerin Cronbach’s Alpha değeri 0,961; “Erişebilirlik” boyutundaki ifadelerin Cronbach’s Alpha değeri 0,922; “Program Konuları” boyutunda yer alan ifadelerin Cronbach’s Alpha değeri 0,889; “İmaj” boyutundaki ifadelerin Cronbach’s Alpha değeri ise 0,885 olarak bulunmuştur. Hizmet kalitesi ölçeğinin genel Cronbach’s Alpha değeri ise 0,967 olarak bulunmuştur. Bu değerlere göre 31 ifadenin yer aldığı bu ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir (Özdamar, 1999:512-522).

4.9.4. KMO Analizi

Araştırmada; öğrencilerin hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek amacıyla öncelikle faktör analizi yapılmasına karar verilmiştir. Ancak faktör analizinin gerçekleştirilmesi için öncelikle verilerin analiz için uygun olup olmadığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda verilerin yapısal özelliklerinin faktör analizi için uygunluğunu kontrol etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett’s Sphericity testi yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 1,00'a yakın olması verinin faktör analizi için uygun olduğunu

gösterirken, 0,50'nin altında bir değer alması bu veriler ile faktör analizi yapılamayacağını bildirmektedir (Özveren, 2010: 70-71).

Tablo 4. 5 KMO Değeri ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Değeri	0,961
Bartlett's Testi	
Ki-Kare	13563,890
df	435
Sig.	0

Tablo 4.5’de veriler incelendiğinde KMO değerinin 0,961 olarak çıktığı görülmüştür. KMO>0.6 olduğundan dolayı anlamlıdır. Bartlett’s testi Chi-Square (küresellik testi) değeri 13563,890, serbestlik derecesi 435 olarak tespit edilmiş, $p=0,00$ olup anlamlı olduğu görülmektedir. Sonuç olarak KMO analizi sonucu elimizdeki verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir.

4.9.5. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İle İlgili Faktör Analizi Sonuçları

Açıklayıcı faktör analizi, birbirleriyle ilişkili değişkenlerin bir araya getirilerek daha az bağımsız değişken elde etmeyi amaçlayan çok değişkenli istatistiksel bir tekniktir (Seçer, 2015: 153). Aralarında bağ olduğu düşünülen değişkenler arasındaki ilişkilerin daha iyi izlenmesi ve yorumlanması için daha az sayıda boyut oluşturulması faktör analizi ile mümkün olmaktadır (Altunışık vd., 2012: 264).

Hizmet kalitesi ölçeğinde bulunan faktörleri tespit etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Hizmet kalitesi faktörlerini temsil eden 31 ifade Varimax rotasyonu kullanılarak analize sokulmuş olup akademik yönler boyutundaki bir ifade (İfade 9) binişik yüklü olmasından dolayı analizden çıkarılmış ve tekrar analize devam edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizinde (AFA) bir ifadeye ait iki faktör yükü arasındaki farkın değeri 0,10’dan küçükse bu ifadeler binişik olarak ifade edilmektedir (Demir ve Koç, 2013: 1770).

Tablo 4. 6 Öğrencilerin Hizmet Kalitesi Algılarını Belirleyen Faktörlerin Öz Değerleri ve Varyans Değerleri

	Öz değerler	Varyans Yüzdeleri	VaryansYüz.veKüm.Top.
Faktör 1	15,132	50,442	50,442
Faktör 2	3,011	10,035	60,477
Faktör 3	2,475	8,25	68,726
Faktör 4	0,899	2,997	71,724
Faktör 5	0,837	2,79	74,513

Faktörlere ait varyans oranlarının toplamının % 50 değerinden yüksek çıkması istenen bir durumdur (Koçoğlu, 2009:100). Tablo 4.6'ya göre; faktör analizi sonucunda açıklanan varyans oranı toplamı %74,513 olarak ortaya çıkmıştır. Bu oranın %50'den büyük olması, analizin geçerli olduğunu belirtmektedir. Tablo 4.7'de faktör analizi sonucunda oluşan faktörler ve değerleri yer almaktadır.

Tablo 4. 7 Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Faktör Analizi Boyutları

Faktörler	Değişkenler	Faktör yükü	Varyans açıklama oranı (%)	Güvenirlilik	KMO
İdari Yönler	7 İdari personel, öğrencilerle iyi iletişim kurar.	0,849	50,442	0,961	0,961
	3 İdari personel etkin bir şekilde ilgilenir.	0,844			
	2 İdari personel ilgilidir.	0,844			
	6 İdari personel, öğrencilere karşı olumlu tutum sergilemektedir.	0,843			
	4 İdari birimler, kayıtları hatasız ve ulaşılabilir olarak tutmaktadır.	0,802			
	8 İdari personel, Sistemler hakkında iyi bilgiye sahiptir.	0,800			
	5 İdari personel verdiği sözü zamanında yerine getirir.	0,791			
	Sorunun olduğunda idari personel sorunu çözme konusunda ilgi gösteriyor.	0,768			
	9 Öğrencilere idari personel tarafından eşit davranılır.	0,725			
	İdari personele özel bilgi verdiğim zaman gizlilik kurallarına saygı duyar.	0,588			
Akademik Yönler	Öğretim üyeleri öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	0,831	10,035	0,932	
	Bir sorunun olduğunda, öğretim üyeleri çözmek için samimi bir tavır gösterir.	0,817			
	5 Öğretim üyeleri sınıf içinde iyi iletişim kurar.	0,806			
	2 Öğretim üyeleri nazik davranır.	0,788			
	Öğretim üyeleri, ders ile ilgili sorularımı yanıtlayabilecek bilgiye sahiptir.	0,710			
	6 Öğretim üyeleri ilerlemem konusunda geri bildirim sağlamaktadır.	0,687			
	7 Öğretim üyeleri kendi alanlarında oldukça eğitimlidir.	0,630			

	8 Ders notları öğretim üyeleri tarafından yeterince sağlanmaktadır.	0,573		
Program Konuları	2 Üniversite, çeşitli uzmanlık alanlarıyla ilgili çok sayıda program sunmaktadır.	0,788	8,250	0,889
	3 Üniversite mükemmel bir danışmanlık hizmeti veriyor.	0,764		
	4 Üniversite esnek müfredat yapısına sahip programlar sunmaktadır.	0,717		
	1 Üniversite kaliteli programlar yürütüyor.	0,714		
İmaj	4 Üniversite iyi bir imaja sahip	0,842	2,997	0,885
	1 Üniversitenin profesyonel bir imajı var	0,763		
	2 Yürüttüğü akademik programları ile tanınan bir üniversitedir.	0,737		
	3 Üniversitenin mezunları kolaylıkla iş bulabilir.	0,600		
Erişilebilirlik	1 Akademik personel yardım isteğine cevap vermeye hazır.	0,612	2,790	0,922
	2 Akademik personel, danışmanlık için yeterli zaman ayırmaktadır.	0,593		
	3 Akademik personel ile kolay iletişim kurulur.	0,582		
	4 Akademik personel isteğine cevap verecek kadar bilgilidir.	0,568		
Bartlett Küresellik Testi: 13563,89 ; p: 0,00 ; Serbestlik derecesi(df):435				
Cronbach's Alpha: 0,967; Toplam Varyans Açıklama Oranı: %74,513				

Tablo 4.7 incelendiğinde faktör analizine göre 30 adet ifadenin; “İdari Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları”, “İmaj” ve “Erişilebilirlik” olarak 5 boyut altında toplandığı görülmektedir. Birinci faktör varyans oranının %50,442; ikinci faktör varyans oranının %10,035; üçüncü faktör varyans oranının %8,250; dördüncü faktör varyans oranının %2,997 ve beşinci faktör varyans oranının %2,790 değerlerine sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmada yer alan “İdari Yönler” boyutunda; idari personelin davranışları, öğrencilerle iyi iletişim kurulması ve onlara eşit davranılması, öğrencilerin sorunlarıyla ilgilenilmesi, yardım isteklerine cevap verilmesi, verilen sözün yerine getirilmesi, sistemler hakkında iyi bilgiye sahip olunması ve öğrencilerin özel bilgilerinin korunması gibi akademik olmayan konuları içeren ifadeler bulunmaktadır. Bu boyut incelenmiş ve Cronbach's Alpha değeri 0,961 olarak tespit edilmiştir.

“Akademik Yönler” boyutunda ise; akademik personelin tavır ve davranışları, öğrencilerle diyalogu, eğitim düzeyi ve deneyimi, ders içeriği hakkında bilgisi, öğrencilere karşı sorumlulukların yerine getirilmesi ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Analiz sonucunda “Akademik Yönler” boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0,932 olarak bulunmuştur.

“Program Konuları” boyutu; yükseköğretim kurumlarında sunulan akademik programların prestijini, geniş kapsamlı ve esnek müfredat yapısına sahip olmasını kapsayan ifadelerden oluşmaktadır. “Program Konuları” boyutunun güvenilirliği analiz edildiğinde incelendiğinde Cronbach's Alpha değeri 0,889 olarak tespit edilmiştir.

“İmaj” olarak tanımlanmış boyutta ise; Akdeniz Üniversitesinin imajıyla ilgili öğrencilerin görüşlerini almaya yönelik ifadeler bulunmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının profesyonel imaj oluşturmadaki önemi “İmaj” boyutundaki ifadelerle gösterilmektedir. Bu boyutun Cronbach’s Alpha değeri 0,728 olarak bulunmuştur.

Son olarak “Erişilebilirlik” boyutu kolay iletişim kurma, mevcut olma, uygunluk, yaklaşılabirlik, ulaşılabilirlik gibi unsurları kapsayan ifadelerden meydana gelmektedir. “Erişilebilirlik” boyutunun Cronbach’s Alpha değeri 0,922 olarak tespit edilmiştir.

4.9.6. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi İle İlgili Öğrenci Algıları

Araştırmada yer alan hizmet kalitesi ölçeğindeki ifadelerin aritmetik ortalaması ve standart sapması Tablo 4.8’de gösterilmiştir.

Tablo 4. 8 Öğrencilerin Yükseköğretimde Hizmet Kalitesine İlişkin İfade Ortalamaları

İfadeler	N	$\bar{x}$	S. S.	Çarpıklık	Basıklık
İdari Yönler		4,41			
İdari personel, öğrencilerle iyi iletişim kurar.	482	4,37	1,868	-0,394	-0,874
İdari personel etkin bir şekilde ilgilenir.	482	4,33	1,878	-0,402	-0,885
İdari personel ilgilidir.	482	4,23	1,896	-0,269	-0,969
İdari personel, öğrencilere karşı olumlu tutum sergilemektedir.	482	4,43	1,815	-0,422	-0,786
İdari birimler, kayıtları hatasız ve ulaşılabilir olarak tutmaktadır.	482	4,22	1,873	-0,296	-0,923
İdari personel, Sistemler hakkında iyi bilgiye sahiptir.	482	4,45	1,855	-0,455	-0,845
İdari personel verdiği sözü zamanında yerine getirir.	482	4,48	1,901	-0,494	-0,829
Sorunum olduğunda idari personel sorunu çözme konusunda ilgi gösteriyor.	482	4,34	1,830	-0,463	-0,739
Öğrencilere idari personel tarafından eşit davranılır.	482	4,42	1,852	-0,449	-0,775
İdari personele özel bilgi verdiğim zaman gizlilik kurallarına saygı duyar.	482	4,86	1,698	-0,703	-0,217
Akademik Yönler		4,75			
Öğretim üyeleri öğrencilere karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	482	4,87	1,686	-0,767	-0,229
Bir sorunum olduğunda, öğretim üyeleri çözmek için samimi bir tavır gösterir.	482	4,92	1,761	-0,702	-0,445
Öğretim üyeleri sınıf içinde iyi iletişim kurar.	482	4,82	1,737	-0,716	-0,341
Öğretim üyeleri nazik davranır.	482	4,89	1,704	-0,763	-0,212
Öğretim üyeleri, ders ile ilgili sorularımı yanıtlayabilecek bilgiye sahiptir.	482	4,90	1,610	-0,707	-0,223
Öğretim üyeleri ilerlemem konusunda geri bildirim sağlamaktadır.	482	4,41	1,704	-0,428	-0,596
Öğretim üyeleri kendi alanlarında oldukça eğitimidir.	482	4,88	1,704	-0,727	-0,343
Ders notları öğretim üyeleri tarafından yeterince sağlanmaktadır.	482	4,54	1,787	-0,468	-0,744
Dokümanlar öğretim üyeleri tarafından yeterli bir şekilde sağlanmaktadır.	482	4,56	1,754	-0,495	-0,700
Program Konuları		3,88			
Üniversite, çeşitli uzmanlık alanlarıyla ilgili çok sayıda program sunmaktadır.	482	4,02	1,888	-0,206	-1,007
Üniversite mükemmel bir danışmanlık hizmeti veriyor.	482	4,01	1,871	-0,102	-1,041
Üniversite esnek müfredat yapısına sahip programlar sunmaktadır.	482	3,63	1,891	0,076	-1,135
Üniversite kaliteli programlar yürütüyor.	482	3,87	1,949	-0,018	-1,199
İmaj		4,36			

Üniversite iyi bir imaja sahip	482	4,41	1,938	-0,365	-0,975
Üniversitenin profesyonel bir imajı var	482	4,36	1,938	-0,341	-1,052
Yürüttüğü akademik programları ile tanınan bir üniversitedir.	482	3,91	1,857	-0,061	-1,017
Üniversitenin mezunları kolaylıkla iş bulabilir.	482	4,76	1,875	-0,608	-0,656
Erişilebilirlik		4,78			
Akademik personel yardım isteğine cevap vermeye hazır.	482	4,83	1,696	-0,717	-0,257
Akademik personel, danışmanlık için yeterli zaman ayırmaktadır.	482	4,60	1,732	-0,461	-0,65
Akademik personel ile kolay iletişim kurulur.	482	4,83	1,745	-0,681	-0,429
Akademik personel isteğine cevap verecek kadar bilgilidir.	482	4,86	1,699	-0,747	-0,191

$\bar{x}$: Aritmetik Ortalama, S.S.: Standart Sapma

Öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesine ilişkin ifadelerin ortalamaları ayrı ayrı gruplandırılarak oluşturulmuştur. Tablo 4.8.'de ifadeler incelendiğinde, aritmetik ortalamalardan en yüksek ortalamaya sahip “Erişilebilirlik” boyutunda bulunan 4 ifadenin aritmetik ortalaması 4,78’dir. “Erişilebilirlik” boyutunun içerisinde en yüksek ortalamaya sahip ifade “Akademik personel isteğine cevap verecek kadar bilgilidir” (4,86) olurken; en düşük ortalamaya sahip ifade ise “Akademik personel, danışmanlık için yeterli zaman ayırmaktadır” şeklinde olmaktadır.

“Erişilebilirlik” boyutundan sonra ikinci olan “Akademik Yönler” boyutunda bulunan toplam 9 ifadenin ortalaması 4,75’dir. “Akademik Yönler” boyutunda en yüksek ortalamaya sahip ifade “Bir sorunum olduğunda, öğretim üyeleri çözmek için samimi bir tavır gösterir” (4,92) şeklinde iken; en düşük ortalamaya sahip ifade ise “Öğretim üyeleri ilerlemem konusunda geri bildirim sağlamaktadır” (4,41) şeklinde olmaktadır.

Yükseköğretimde hizmet kalitesi ile ilgili ifade ortalamalarında “Akademik Yönler” boyutundan sonra gelen “İdari Yönler” boyutundaki 8 ifadenin aritmetik ortalaması 4,41’dir. Bu boyut içerisinde en yüksek ortalamaya sahip ifade “İdari personele özel bilgi verdiğim zaman gizlilik kurallarına saygı duyar.” (4,86) şeklinde iken; en düşük ortalamaya sahip ifade ise “İdari birimler, kayıtları hatasız ve ulaşılabilir olarak tutmaktadır.” (4,22) şeklindedir.

“İdari Yönler” boyutundan sonra gelen boyut “İmaj” boyutudur. “İmaj” boyutunda bulunan toplam 4 ifadenin ortalaması 4,36’dır. Bu boyutta en yüksek ortalamaya sahip ifade “Üniversitenin mezunları kolaylıkla iş bulabilir.” (4,76) şeklinde olurken; en düşük ortalamaya sahip ifade ise “Yürüttüğü akademik programları ile tanınan bir üniversitedir.” (3,91) şeklinde olmaktadır.

Son olarak ifadelerin aritmetik ortalaması diğer boyutlardan düşük olan “Program Konuları” boyutu gelmektedir. “Program Konuları” boyutunda bulunan toplam 4 ifadenin aritmetik ortalaması 3,88’dir. “Program Konuları” boyutu içerisindeki en yüksek aritmetik ortalamaya sahip ifade “Üniversite, çeşitli uzmanlık alanlarıyla ilgili çok sayıda program

sunmaktadır.” (4,02) şeklinde olurken; en düşük ortalamaya sahip ifade ise “Üniversite esnek müfredat yapısına sahip programlar sunmaktadır.” (3,63) şeklinde olmaktadır.

İfadelerin değerlendirilmesinde 7’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Buna göre aritmetik ortalamanın 4 olması ifadeye katılmada kararsız kalındığını ortaya koyarken; 4’ten 1’e doğru yaklaşıldıkça ifadeye katılmama, 4’ten 7’ye doğru yaklaştıkça ifadeye katılma değerinin arttığı söylenebilir. Öğrencilerin “İdari Yönler”, “İmaj” ve “Program Konuları” boyutları ile ilgili ifadelerde “kararsızım” değerine daha yakın oldukları; “Erişilebilirlik” ve “Akademik Yönler” boyutları ile ilgili ifadelerde “kısmen katılıyorum” değerine daha yakın oldukları söylenebilir. Öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesi algılarını oluşturan hizmetlerin aritmetik (5 boyut için) ortalaması 4,43 şeklindedir.

4.9.7. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki İlişkiler

Tablo 4. 9 Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Korelasyon Analizi

		İdari Yönler	Erişilebilirlik	Akademik Programlar	İmaj	Akademik Yönler
İdari Yönler	r	1	,672**	,496**	,471**	,630**
	p		0	0	0	0
Erişilebilirlik	r	,672**	1	,568**	,558**	,794**
	p	0		0	0	0
Akademik Programlar	r	,496**	,568**	1	,727**	,490**
	p	0	0		0	0
İmaj	r	,471**	,558**	,727**	1	,494**
	p	0	0	0		0
Akademik Yönler	r	,630**	,794**	,490**	,494**	1
	p	0	0	0	0	

**p<0,05, r : Pearson Korelasyon değeri , p : Sig. (Anlamlılık Değeri)

Değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkileri ortaya çıkarmak ve bu yönde değerlendirmeler yapmak amacıyla korelasyon analizi yapılmaktadır. Korelasyon katsayısı (r) değeri 0 ile 1 arasındadır. Bu katsayının 0,0-0,30 arasında olması düşük seviyede; 0,30-0,70 arasında olması orta seviyede; 0,70-1,00 arasında olması ise yüksek seviyede ilişki olduğunu ifade eder (Büyüköztürk, 2018).

Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları (İdari Yönler, Akademik Yönler, Erişilebilirlik, Program Konuları ve İmaj) arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 4.9’da görüldüğü üzere; yapılan korelasyon analizi

sonucunda, boyutlar arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. “İdari Yönler” boyutu ile “Erişilebilirlik” boyutu arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki ($r:0,672$, $p:0,000$); “Akademik Yönler” boyutu ile “Erişilebilirlik” boyutu arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki ($r:0,794$, $p:0,000$); “Erişilebilirlik” boyutu ile “Akademik Yönler” boyutu arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki ($r:0,794$, $p:0,000$); “Akademik Programlar” boyutu ile “İmaj” boyutu arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki ($r:0,727$, $p:0,000$) tespit edilmiştir.

4.9.8. Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Yükseköğretimde Hizmet Kalitesine Etkisi

Öğrencilerin demografik özelliklerinin yükseköğretimde hizmet kalitesi algıları üzerinde etkisinin inceleneceği bu bölümde cinsiyet, medeni durum, öğrenim şekli, öğrenim yeri, kayıtlı olduğu okul, geldiği bölge ve gelir durumu değişkenleri ile yükseköğretimde hizmet kalitesini etkileyen boyutlar analize tabi tutulmuştur.

Tablo 4. 10 Cinsiyet İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	p
İdari Yönler	Kadın	253	4,4593	1,50867	0,09485	0,664	0,507
	Erkek	229	4,3629	1,67907	0,11096	0,660	0,509
Akademik Yönler	Kadın	252	4,8447	1,31604	0,08290	1,072	0,284
	Erkek	229	4,7085	1,47086	0,09720	1,066	0,287
Erişilebilirlik	Kadın	253	4,8043	1,43778	0,09039	0,369	0,712
	Erkek	229	4,7522	1,66326	0,10991	0,367	0,714
Program Konuları	Kadın	253	3,9377	1,65437	0,10401	0,756	0,450
	Erkek	229	3,8242	1,63734	0,10820	0,756	0,450
İmaj	Kadın	253	4,4289	1,61862	0,10176	0,931	0,352
	Erkek	228	4,2895	1,66066	0,10998	0,930	0,353

$\bar{x}$: Aritmetik ortalama, S.S.: Standart Sapma, $p: 0.05^*$ düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla “t” testi yapılmıştır. Tablo 4.10 incelendiğinde; İdari Yönler, Akademik Yönler, Erişilebilirlik, Program Konuları ve İmaj boyutlarının tümünün anlamlılık düzeyinin(p) 0,05’ten büyük olduğu ve yükseköğretimde hizmet kalitesi algılamalarında cinsiyetin etkili olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak H₁:“Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4. 11 Medeni Durum İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi

	Medeni Durum	N	$\bar{x}$	Std. Deviation	Std. ErrorMean	t	p
İdari Yönler	Evli	14	4,7286	1,51069	0,40375	0,752	0,453
	Bekar	468	4,4041	1,59387	0,07368	0,791	0,442
Akademik Yönler	Evli	14	5,4921	1,31604	0,28476	2,032	0,043*
	Bekar	467	4,7345	1,47086	0,06395	2,596	0,021*
Program Konuları	Evli	253	4,3393	1,43778	0,35800	1,051	0,294
	Bekar	229	3,8702	1,66326	0,07641	1,281	0,221
İmaj	Evli	253	4,6786	1,65437	0,34313	0,732	0,465
	Bekar	228	4,3533	1,63734	0,07626	0,925	0,370
Erişilebilirlik	Evli	253	5,2500	1,61862	0,32733	1,155	0,249
	Bekar	229	4,7655	1,66066	0,07188	1,446	0,170

$\bar{x}$: Aritmetik ortalama, p: 0.05* düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının medeni duruma göre değişip değişmediğini belirlemek üzere yapılan “t” testi sonucunda Tablo 4.11 incelendiğinde “Akademik Yönler” hizmet kalitesi boyutunun ($p < 0,05$) medeni duruma göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Sonuca göre H_2 : “Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. 12 Öğrenim Şekli İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi

	Öğrenim Şekli	N	$\bar{x}$	Std. Deviation	Std. ErrorMean	t	p
İdari Yönler	Örgün Öğretim	402	4,4007	1,59728	0,07966	-0,394	0,694
	İkinci Öğretim	80	4,4775	1,56714	0,17521	-0,399	0,691
Akademik Yönler	Örgün Öğretim	401	4,8410	1,37624	0,06873	2,165	0,031*
	İkinci Öğretim	80	4,4734	1,43899	0,16088	2,101	0,038*
Program Konuları	Örgün Öğretim	402	3,7749	1,60559	1,60559	-3,291	0,001*
	İkinci Öğretim	80	4,4313	1,74297	1,74297	-3,115	0,002*
İmaj	Örgün Öğretim	401	4,2731	1,63629	1,63629	-2,706	0,007*
	İkinci Öğretim	80	4,8125	1,58389	1,58389	-2,766	0,007*
Erişilebilirlik	Örgün Öğretim	402	4,8252	1,51954	1,51954	1,454	0,146
	İkinci Öğretim	80	4,5500	1,67275	1,67275	1,364	0,175

$\bar{x}$: Aritmetik ortalama, p: 0.05* düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının öğrenim şekline göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla “t” testi yapılmıştır. Tablo 4.12 incelendiğinde öğrencilerin “Akademik Yönler”, “Program Konuları” ve “İmaj” boyutlarındaki hizmet kalitesi algılarının ($p < 0,05$) öğrenim şekline göre değiştiği görülmektedir. Başka bir deyişle öğrencilerin hizmet kalitesine ilişkin algılarında öğrenim şeklinin (örgün öğretim-ikinci öğretim) etkili olduğu sonucuna varılmaktadır. Sonuç olarak H_3 : “Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile öğrenim şekli arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. 13 Öğrenim Yeri İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları Arasındaki t-testi

	Öğrenim Yeri	N	$\bar{x}$	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	p
İdari Yönler	Kampüs İçi	306	4,2144	1,66475	0,09517	-3,670	0,000*
	Kampüs Dışı	176	4,7597	1,39178	0,10491	-3,850	0,000*
Akademik Yönler	Kampüs İçi	306	4,5613	1,41957	0,08115	-4,651	0,000*
	Kampüs Dışı	175	5,1621	1,25804	0,09510	-4,806	0,000*
Program Konuları	Kampüs İçi	306	4,0449	1,56257	1,56257	2,855	0,004*
	Kampüs Dışı	176	3,6037	1,75018	1,75018	2,770	0,006*
İmaj	Kampüs İçi	306	4,4109	1,54284	1,54284	0,852	0,395
	Kampüs Dışı	175	4,2786	1,79496	1,79496	0,818	0,414
Erişilebilirlik	Kampüs İçi	306	4,5899	1,59793	1,59793	-3,592	0,000*
	Kampüs Dışı	176	5,1094	1,40017	1,40017	-3,722	0,000*

$\bar{x}$: Aritmetik ortalama, p: 0.05* düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının üniversitede öğrenim gördükleri yere göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla “t” testi yapılmıştır. Tablo 4.13’de öğrencilerin “İdari Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları” ve “Erişilebilirlik” boyutlarındaki hizmet kalitesi algılarının ($p < 0,05$) öğrenim yerine göre değiştiği görülmektedir. Sonucunda öğrencilerin hizmet kalitesine ilişkin algılarında öğrenim yerinin (kampüs içi-kampüs dışı) etkili olduğu sonucuna varılmaktadır. Sonuç olarak H_4 : “Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEDPERF) ile öğrenim yeri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. 14 Kayıtlı Olduğu Okul ve Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları İle İlgili Varyans Analizi

	Değişim Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İdari Yönler	Gruplar arası	12,799	3	4,266	1,693	0,168
	Grup içi	1204,684	478	2,520		
Akademik Yönler	Gruplar arası	13,311	3	4,437	2,353	0,071
	Grup içi	899,336	477	1,885		
Program Konuları	Gruplar arası	7,499	3	2,500	0,923	0,430
	Grup içi	1294,994	478	2,709		
İmaj	Gruplar arası	10,403	3	3,468	1,294	0,276
	Grup içi	1278,166	477	2,680		
Erişilebilirlik	Gruplar arası	15,498	3	5,166	2,173	0,090
	Grup içi	1136,518	478	2,378		

p: 0.05* düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının kayıtlı oldukları okula göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Tablo 4.14’de sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin hizmet kalitesi boyutlarının tümünde ($p < 0,05$) anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Bunun sonucunda H_5 : “Akdeniz Üniversitesi

turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile kayıtlı olduğu okul arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4. 15 Geldiği Bölge ve Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları İle İlgili Varyans Analizi

	Değişim Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İdari Yönler	Gruplar arası	31,504	7	4,501	1,799	0,085
	Grup içi	1185,979	474	2,502		
Akademik Yönler	Gruplar arası	22, 433	7	3,205	1,703	0,106
	Grup içi	890,214	473	1,882		
Program Konuları	Gruplar arası	6,336	7	0,905	0,331	0,940
	Grup içi	1296,158	474	2,735		
İmaj	Gruplar arası	5,521	7	0,789	0,291	0,958
	Grup içi	1283,048	473	2,713		
Erişilebilirlik	Gruplar arası	30,881	7	4,412	1,865	0,073
	Grup içi	1121,135	474	2,365		

p: 0.05 düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.*

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının geldiği bölgeye göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Tablo 4.15’de sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin hizmet kalitesi boyutlarının tümünde ($p < 0,05$) anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Bunun sonucunda H_6 : “Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile geldiği bölge arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4. 16 Gelir Durumu ve Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Boyutları İle İlgili Varyans Analizi

	Değişim Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İdari Yönler	Gruplar arası	40,100	5	8,020	3,242	0,007*
	Grup içi	1177,382	476	2,473		
Akademik Yönler	Gruplar arası	15,605	5	3,121	1,653	0,145
	Grup içi	897,042	475	1,889		
Program Konuları	Gruplar arası	40,521	5	8,104	3,057	0,010*
	Grup içi	1261,972	476	2,651		
İmaj	Gruplar arası	24,293	5	4,859	1,825	0,106
	Grup içi	1264,276	475	2,662		
Erişilebilirlik	Gruplar arası	20,976	5	4,195	1,766	0,118
	Grup içi	1131,040	476	2,376		

p: 0.05 düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.*

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının gelir durumuna göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Tablo 4.15’de sonuçlar incelendiğinde öğrencilerin “İdari Yönler” ve “Program Konuları”

boyutlarındaki hizmet kalitesi algılarının aylık gelir durumuna göre ($p<0,05$) anlamlılık düzeyinde değiştiği görülmektedir.

Öğrencilerin gelir durumuna göre farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Testi yapılmıştır. Buna göre; “Akademik Programlar” boyutunda 1501-2000TL arası aylık gelire sahip öğrencilerle 2001-2500 TL arası aylık gelire sahip öğrenciler arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. “İdari Yönler” boyutunda 500-1000TL arası aylık gelire sahip öğrencilerle 1501-2000 TL arası aylık gelire sahip öğrenciler arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak H_7 : “Akdeniz Üniversitesi turizm bölümü öğrencilerinin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları (HEdPERF) ile aylık gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilmiştir.



SONUÇ

Hizmet sağlayan kurumlarda müşterilerin memnuniyet düzeyinin artırılmasına yönelik ihtiyaçlarının gerçekten anlaşılması, mutluluğunun sağlanması ve değerli olduğunun hissettirilmesinin altı çizilmektedir (Bayuk ve Küçük, 2007). Dolayısıyla hizmet kalitesi ölçümleri özellikle eğitim sektörü başta olmak üzere pek çok hizmet sektöründe kayda değer bulunan, eleştiri ve yorumları bildiren, iyileştirici çalışmalardır (Ayaz ve Arakaya, 2019).

Yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerin, zaman içerisinde diğer sektörlerin verimliliğini etkileyebilecek, geleceği biçimlendirebilecek kişiler olması itibariyle yükseköğretim eğitimi olabildiğince önemlidir. Yükseköğretim kurumundan mezun olan öğrenciler; yöneticiler, aileler, çevre ve kamu gibi birbirinden farklı grupları ilgilendirir (Gürbüz ve Ergülen, 2008).

Bilgi, teknoloji ve iletişim çevrelerinde oluşan gelişmeler neticesinde hizmet sektörünün önemi gittikçe artmış, içinde bulunduğumuz bilişim çağı, öğrenmenin daimi ve yaşandığı sürece olması gerektiğini göstermiştir. Yükseköğretim kurumları, bilişim çağında en değerli görevi üzerine alan kurumlardan biri olmuştur. Buradan hareketle yükseköğretim kurumları tarafından sağlanan hizmetlerin kalitesi önem arz etmektedir. İhtiyaçları karşılama, aynı anda üretilme ve tüketilme işlevine sahip çeşitli faaliyetler olarak açıklanan hizmete için, klasik anlamda bir kalite ölçme yöntemi bulunmamaktadır. Bu nedenle eğitim sektöründe arz edilen hizmetin kalitesinin hangi şekilde değerlendirileceğine ilişkin araştırmalar yapılmıştır. Bu kapsamda Firdaus tarafından yükseköğretim kurumlarındaki hizmeti değerlendiren HEDPERF ölçeği geliştirilmiştir (Bektaş ve Akman, 2013).

Bu araştırma Akdeniz Üniversitesi turizm bölümlerinde eğitim görmekte olan öğrencilere sunulan hizmet kalitesi boyutlarının HEDPERF ölçeğine göre neler olduğunun belirlenmesi ve bu boyutların demografik özellikler ile ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Demografik özellikler; cinsiyet, medeni durum, kayıtlı olduğu okul, sınıf, öğrenim şekli, öğrenim gördüğü yer, geldiği bölge ve aylık gelir olarak ele alınmıştır.

Öğrenciler ile ilgili demografik bulgular incelendiğinde, kadın öğrenci ve erkek öğrenci sayılarının birbirine yakın ve kadın öğrencilerin sayısının erkek öğrencilerden fazla olduğu, medeni duruma göre bekar öğrencilerin sayıca yüksek olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunu fakültelerde öğrenim gören 2. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrencilerin öğrenim şekli ve öğrenim yeri dağılımları incelendiği zaman örgün öğretimde ve kampüs içinde okuyan öğrencilerin sayıca çok olduğu görülmektedir. Öğrencilerin geldikleri coğrafi bölgeler incelendiğinde birinci sırada Akdeniz

Bölgesi, ikinci sırada Ege Bölgesi ve üçüncü sırada Marmara Bölgesi yer almaktadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun 500-1000 TL arası aylık gelire sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin, Akdeniz Üniversitesini seçmelerinde rol oynayan başlıca sebepleri ile ilgili ifadelerde ilk sırada “Antalya’nın turizm şehri olması” tercih edilmiştir.

Turizm bölümü öğrencilerinin yükseköğretimde hizmet kalitesine yönelik değerlendirmeleri; “İdari Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları”, “İmaj” ve “Erişilebilirlik” olmak üzere 5 boyutta incelenmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesine ilişkin algıları Firdaus (2006)’un çalışmasında, “Akademik Olmayan Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları”, “Erişim”, “İtibar” ve “Anlayış” boyutlarından oluşurken Dilşeker (2011)’in çalışmasında, “Akademik Olmayan Personel”, “Akademik Personel”, “Fiziksel Özellikler”, “Destek Hizmetleri” ve “Uluslararasılaşma” boyutlarından (ayrıca memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat değişkenlerinden); Erüstün (2019)’ün çalışmasında ise, “Akademik Personel”, “Akademik Olmayan Personel”, “Fiziksel Olanaklar”, “Hizmetlere Erişim” ve “Fiziksel Olmayan Erişim” boyutlarından oluştuğu görülmektedir.

Bu boyutları açıklayan ifadeler verilen cevaplar incelendiğinde “Erişilebilirlik” boyutu en yüksek değerlendirmeye; “Program Konuları” boyutu en düşük değerlendirmeye sahiptir. Buradan da anlaşıyor ki, “İdari Yönler” ve “İmaj” boyutları nispeten iyi değere sahiptir. Yükseköğretimde hizmet kalitesi ile ilgili ifadeler genel olarak değerlendirildiğinde öğrencileri algılarının en yüksek olduğu ifade “Bir sorunum olduğunda, öğretim üyeleri çözmek için samimi bir tavır gösterir.” olurken; öğrencileri algılarının en düşük olduğu ifade “Üniversite esnek müfredat yapısına sahip programlar sunmaktadır.” olmuştur. Bu duruma göre akademik personelin iletişim becerisinin hizmet kalitesinin artırılmasında önemli olduğu yorumu yapılabilir. Ancak üniversitenin sunduğu akademik programların niteliği yönünden değerlendirmeler düşüktür.

Güzel (2006)’in çalışmasında Gazi Üniversitesi ve Bilkent Üniversitesi’nde öğrencilerin beklenti ve algı değerlendirmesinde en önemli hizmet kalitesi boyutunun “Fiziksel Görünüm” boyutu; Dilşeker (2011) tarafından Ege Üniversitesi, Uşak Üniversitesi ve Yaşar Üniversitesi’ndeki öğrencilere yönelik yapılan çalışmaya bakıldığında en önemli hizmet kalitesi boyutunun “Destek Hizmetler” boyutu olduğu görülmüştür. Bizim araştırmamızda ise, hizmet kalitesi boyutlarını değerlendiren ifadelerin ortalamalarına bakıldığında en yüksek değerlendirme “Erişilebilirlik” boyutu olmuştur. Faktör analizine bakıldığında ise “İdari yönler” boyutunun en önemli hizmet kalitesi boyutu olduğu söylenebilir.

Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutları arasında yapılan korelasyon analizine göre “İdari Yönler” boyutu ile ilişkisinin en yüksek olduğu boyut “Erişilebilirlik” boyutu; “Akademik Yönler” boyutu ile ilişkisinin en yüksek olduğu boyut “Erişilebilirlik” boyutudur. “Erişilebilirlik” boyutu ise en fazla “Akademikler Yönler” boyutu ile ilişkilidir. Ayrıca “Program Konuları” ve “İmaj” boyutları arasında yüksek düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Deveci (2016)’nin yapmış olduğu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesine ilişkin belirlenen boyutların demografik özellikler ile ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla “t” testi ve ANOVA analizi yapılmıştır. Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini kontrol etmek amacıyla yapılan “t” testi sonucunda; “Akademik Yönler” boyutu öğrenci algıları ile medeni durum arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının öğrenim şekline göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmış; “Akademik Yönler”, “Program Konuları” ve “İmaj” boyutları hizmet kalitesi algıları ile öğrenim şekli arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının öğrenim yerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiş; “İdari Yönler”, “Akademik Yönler”, “Program Konuları” ve “Erişilebilirlik” boyutları hizmet kalitesi algılarında öğrenim yerinin etkili olduğu anlaşılmıştır. Son olarak öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları ile gelir durumu arasındaki ilişki araştırılmış; Akademik Programlar” boyutunda 1501-2000TL arası aylık gelire sahip öğrencilerle 2001-2500 TL arası aylık gelire sahip öğrenciler arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. “İdari Yönler” boyutunda 500-1000TL arası aylık gelire sahip öğrencilerle 1501-2000 TL arası aylık gelire sahip öğrenciler arasında anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir. Gelir durumu ile hizmet kalitesi algıları arasındaki ilişki durumu, Dilşeker (2011)’in çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca araştırmada öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesi algılamalarında cinsiyetin etkili olmadığı görülmüştür. Bu durum Güzel (2006), Altan, Ediz ve Atan(2003) ve Sakarya (2006) gibi birçok çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Bu araştırma gösteriyor ki, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesini artırmaya özgü çalışmalara önem verilmelidir. Özellikle kaliteli eğitimin dayanağını oluşturan yeterli bilgi ve beceriye sahip akademisyenlerin istihdam edilmesi, öğrencilerin eğitimler ile ilgili problemlerinin anlaşılması, öğrencilere akademik konularla ilgili geri dönüşün sağlanması, eğitim programlarının çok iyi düzenlenerek öğrencinin eğitim gördüğü alanla ilgili tüm ayrıntılara sahip bir öğretim almasının sağlanması ve öğrencilere her daim saygılı

davranılması gerekmektedir. Ayrıca öğrencilerin birebir bağlantı kurduğu çokça vakit geçirdiği idari personelin hizmetleri doğru ve zamanında sunabilmesi, öğrencilerin taleplerini karşılayabilecek bilgi ve tecrübeye sahip olması gerekmektedir. Öte yandan öğrenciler üniversite tercihlerinde kurumun imajını ve sunduğu olanakları göz önünde bulundurdıklarından, yöneticilerin kurumun imajını güçlendirici çalışmalara öncelik vermeleri gerekmektedir. Yükseköğretimde hizmet kalitesi akademik ve idari konuları içeren tüm faaliyetler ile öğrencilere sunulan diğer hizmetlerin tamamen ele alınıp niteliklerinin artırılmasıyla mümkündür.

Öğrenciler üniversitelerin sunmuş oldukları eğitim öğretim faaliyetlerini, akademik ve idari personeli, binaları ve sosyo-kültürel etkinliklerin tamamını kısacası sunulan tüm hizmetleri ayrı ayrı kendi içlerinde değerlendirmektedirler. Tüm bu faaliyetlerden memnun olan öğrenciler üniversitenin imajını artıracak şekilde hareket edecekler, sonraki yıllarda daha nitelikli öğrencilerin üniversiteye gelmesine olanak sağlayacaklardır. Son yıllarda üniversitelerin öğrencilerine ve tüm paydaşlarına sunmuş oldukları hizmetleri sürekli ölçmesi, hangi aşamada ve ne seviyede olduğunu bilmesi artık önemli bir gereklilik haline gelmiştir. Son dönemlerde artan özel ve devlet üniversite sayısı ile birlikte Akdeniz Üniversitesinin daha çok ve daha nitelikli öğrenciye hitap edebilmesi için sunmuş olduğu hizmet kalitesi boyutlarının ne seviyede olduğunu öğrenci ve tüm paydaşları nazarında bilinmesi gerekir.

Bu araştırma daha önceki yıllarda yapılan araştırmalardan bazı farklılıklar göstermekte olup, bunlardan ilki; araştırmanın sadece Akdeniz Üniversitesi'nde yapılmış olması ve sadece lisans turizm eğitimi alan öğrencilere yönelik yapılması olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın birtakım kısıtlamalarının olduğu düşünülürse sonraki zamanlarda yapılacak çalışmalara yol göstermesi açısından bazı önerilerde bulunulmuştur. Araştırma sadece Akdeniz Üniversitesi'nin turizm bölümlerinde öğrenim gören öğrencileri üzerinde gerçekleştirildiğinden ulaşılan sonuçları üniversitenin tamamı için düşünmek imkansızdır. Bundan dolayı araştırmaya diğer bölüm öğrencileri dahil edilerek araştırma alanı ve gözlemlenen grup sayısı artırılabilir. Farklı birimlerdeki öğrencilere uygulanıp birimler arasında karşılaştırma yapılabilir ve değişik bakış açıları geliştirilebilir. Aynı zamanda yapılan bir takım çalışmalar ile Akdeniz Üniversitesi için önemli bir imaj haline gelen ülkemizde ve dünyada hangi sırada olduğunu görmesi ileride nereye gelmek istediğine yönelik bir fikir verebilir ve eksik kalan yönlerini daha kolay çözebilmesine imkan tanıyabilir.

Üniversiteler öğrenci ve bilim insanları tarafından tercih edilebilen güçlü eğitim öğretim faaliyetleri olan aynı zamanda istikrarlı bir şekilde büyüyerek ülkemizin muhasır medeniyetler seviyesine yükselmesine katkı sağlama misyonu içerisindeyler. Akdeniz

Üniversitesinin sloganı “eğitimde ve bilimde öncü üniversite”dir. Bu slogana bağlı olarak hareket eden Akdeniz Üniversitesinde, öğrencilerin kaliteli yükseköğretim hizmeti alıp almadıklarının belirlenmesi üniversitenin gelecek yıllarda daha planlı hareket ederek iyi yerlere gelmesini sağlayabilecektir. Aynı zamanda Üniversitenin sürdürülebilir hizmet politikası için belirli periyotlarda profesyonel şekilde ölçekler hazırlanarak hizmet kalitesi ve memnuniyet ölçümünün öğrencilere, üniversite çalışanlarına (akademik ve idari personele) yapılması gerekmekte ve sonuçlarının üniversite üst yönetimi ve ilgili tüm paydaşlarla (öğrenci, akademik ve idari personel, sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumları vb.) paylaşılması gerekmektedir.



KAYNAKÇA

- Alan, T. (2019). *Hizmet Kalitesi ve Gayrimenkul Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aliçavuşoğlu, Ç. ve Gürbüz, A. (2017). “Yerel Ulaşım Hizmetlerinde Hizmet Kalite Boyutlarının Değerlendirilmesi”. *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4): 74-86.
- Altan, Ş., Ediz A. ve Atan, M. (2003). “SERVQUAL Analizi İle Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama”. 12.Ulusal Kalite Kongresi, KalDer-Türkiye Kalite Derneği, 13-15 Ekim 2003, İstanbul, 1-13.
- Altan, I. ve Atan, M. (2004). “Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü”. *Gazi Üniversitesi İ. İ. B. F. Dergisi*, 6(1): 17-32.
- Altan, Ş. ve Atan, M. (2004). “Bankacılık Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü”. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 1: 17-32.
- Altıntaş, E.P. (2014). *Yükseköğretim Sisteminde Hizmet Kalitesi ve Öğrenci Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- Antony, J., Antony, F.J. ve Ghosh, S. (2004). “Evaluating Service Quality in a UK Hotel Chain: A Case Study”. *International Journal of Contemporary Hospitality Mangement*, 16(6): 380-384.
- Arakaya, A. (2016). *Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçümü: Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Arslan, M. (2005). “Cumhuriyet Dönemi Üniversite Reformları Bağlamında Üniversitelerimizde Demokratiklik Tartışmaları”. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1): 23-49.
- Arslantürk, Y., Altınöz, Ö. ve Çalık, A.Ö. (2013). “Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: SERVQUAL Yaklaşımı”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (27): 107-118.

- Atan, M., Baş, M. ve Tolon, M. (2006). "SERVQUAL Analizi ile Migros ve Gima Süpermarketlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Çalışması". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2): 159-180.
- Ayaz, N. ve Arakaya A. (2019). "Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçümü: Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı Örneği". *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 9 (1): 123-133.
- Aygün, M. S. (2014). *Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Bitlis Eren Üniversitesi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Babakus, E. ve Gregory W. B. (1992). "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale". *Journal of Business Research*. 24 (3): 253-268.
- Baskan, G. A. (2001). "Türkiye’de Yükseköğretimin Gelişimi". *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21 (1): 21-32.
- Başaran, G. E. (1978). *Eğitime Giriş*. Bilim Matbaası, Ankara.
- Bayat, M., Baydaş, A. ve Atlı, C. (2015). "Hizmet Sektörünün Kavramsal Tanımı ve Ulusal Ekonomilerdeki Önemi". *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9).
- Bayrak, B. (2007). *Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayuk, N. ve Küçük, F. (2007). "Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi". *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (1): 285-292.
- Bektaş, H. ve Ulutürk Akman, S. (2013). "Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi". *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, (18): 116-133.
- Bengisu, M. (2007). "Yüksek Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi". *Journal of Yaşar University*, 2(7): 739-749
- Binbaşoğlu, C. (1988). *Eğitim Yöneticiliği*. Binbaşoğlu Yayınevi, Ankara.
- Boyacıoğlu, C. (2008). *Customer Satisfaction Measurement Methods and An Application of SERVQUAL for a News Channel*. Unpublished Masters Thesis. Yeditepe University Graduate Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Bozdağ, N., Atan M. ve Altan Ş. (2003). "Hizmet Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama". 6.Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu.
- Bozkurt, R. (1995). "Hizmet Endüstrilerinde Kalite". *Verimlilik Dergisi*, 175.

- Brochado, A. (2009). Comparing Alternative Instruments to Measure Service Quality in Higher Education. *Quality Assurance in Education*, 17(2): 174-190.
- Bulduklu, Y. ve Satır, M. (2017). "Hizmet Sektöründe Müşteri İlişkileri ve İletişim". *Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Özel Sayısı Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2): 30-41.
- Bütün, H. (2009). "Hizmet İşletmelerinde Kalitenin Önemi ve SERVQUAL Tekniği". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Pegem Akademi, Ankara
- Can, P. (2016). "Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Ölçeği ile Ölçülmesi: Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma". *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1): 63-83.
- Canbulut, F., Özbakır, L. ve Canıylmaz, E. (2001). "Mühendislik Fakültesi Yapısına Uygun Eğitim Sistemi Modeli Seçimi ve Sistemi Geliştirme Önerileri". *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 17(1-2): 49-60.
- Cardona, M. M. ve Bravo, J. J. (2012). "Service Quality Perceptions in Higher Education Institutions: The Case of a Colombian University". *E studios Gerenciales*, (28): 23-29.
- Carman, J. M. (1990). "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions". *Journal of Retailing*, 66 (1): 33-55.
- Cevher, E. (2016). "Hizmet Kalitesi Açısından Üniversitelere Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi". *Journal of Yaşar University*, 11(43): 163-171.
- Collier, D. (1994). *The Service Quality Solution: Using Service Management To Gain Competitive Advantage*. Usa: Irwin.
- 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): 125-31.
- Çatı, K. ve Ağraş, S. (2007). "Hizmet Kalitesi Ölçüm Teknikleri". S. Kınır (Ed.), *Toplam Kalite ve Stratejik Yönetimde Yeni Eğilimler*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Çavdar, E. (2009). "Yüksek Öğretimde Hizmet Kalitesi Unsurları ve Bir Uygulama". *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2): 100-115.
- Çetinsaya, G. (2013). Bologna Eşgüdüm Komisyonu Toplantısı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi. Erişim adresi: <http://www.yok.gov.tr/web/guest/yok-baskani-cetinsaya-yuksekogretimdeki-yenilikleri-ve-hedefleri-anlatti>

- Çiçek, E. (2019). *Hizmet Kalitesi ve Vatandaş Memnuniyeti: Belediye Hizmetleri Üzerine Bir Değerlendirme*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Çiftçi, A. (2006). *Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çoban, S. (2004). “Toplam Kalite Perspektifinde İçsel Pazarlama Anlayışı”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22: 85-98.
- Değermen, H.A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Hizmet Kalitesi ile Müşteri Sadakatının Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Demir, S. B. ve Koç, H. (2013). “Coğrafya Dersi Tutum Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”. *Turkish Studies*, 8 (8): 1765- 1777.
- Devebakan, N. ve Aksaraylı, M. (2003). “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*; 5(1): 34-58.
- Deveci, B. (2016). *Uluslararası Skal Ödülü “Turizm Eğitim Oscarı” Almış Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Hizmet Kalitesi Ölçümü: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Diken, A. (1998). *Sanayi ve Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Konya Ticaret Odası, Eğitim ve Kültür Yayınları, Konya.
- Dilşeker, F. (2011). *Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi, Öğrenci Memnuniyeti, İmaj, Sadakat ve Tavsiye Etme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Dolmans, D.H.,Wolfhagen, H.A. ve Scherpbier, A.J. (2003). “From quality assurance to total quality management: How can quality assurance result in continuous improvement in health professions education?”. *Education for Health*, 16(2): 210-217.
- Dursun, T. (2011). *Uzaktan Eğitimde Hizmet Kalitesinin Ölçülenmesi ve Eğitim Sektöründe Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Duygun, A. (2007). *Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü-Bir Pilot Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Eleren, A., Bektaş, Ç. ve Görmüş, A.Ş. (2007). "Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama". *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 44(514): 75-88.
- Eleren, A. ve Kılıç, B. (2007). "Turizm Sektöründe SERVQUAL Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama". *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1): 235-263.
- Erdem, A.R. (2013). "Bilgi Toplumunda Üniversitenin Değişen Roller ve Görevleri". *Yükseköğretim Dergisi*, 3(2): 109-120.
- Ersöz, S., Pınarbaşı, M., Türker, A. K. ve Yüzükırmızı, M. (2009). "Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Metodu ile Ölçümü ve Sonuçların Yapısal Eşitlik Modelleri İle Analizi: Öğretmenevi Uygulaması". *Kırıkkale Üniversitesi Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi*, 1(1): 19-27.
- Erüstün, G. N. (2019). *Yükseköğretimde HEdPERF ile Hizmet Kalitesinin Geçerliliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Fırat, A. ve Dirlik, S. (2007). "Müşteri ve Kalite". Gümüsoğlu, Şevkinaz vd. (Ed.), *Hizmet Kalitesi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Firdaus, A. (2006). "The Development of HEdPERF: A New Measuring Instrument of Service Quality for the Higher Education Sector". *International Journal of Consumer Studies*, 6 (30): 569–581.
- Gajic, J. (2012). "Importance of Marketing Mix in Higher Education Institutions". *Singidunum Journal*, 1(9): 29-41.
- Gerşil, M. ve Güven, H. (2018). "Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçülmesi: Celal Bayar Üniversitesi'nde Bir Uygulama". *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1): 111-125.
- Ghobadian, A., Speller, S. ve Jones, M. (1994). "Service Quality Concepts And Models". *International Journal Of Quality and Reliability Management*, 11(9): 43-66.
- Giritlioğlu, İ. (2012). *Yiyecek İçecek Bölümlerinde İşgörenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Grönroos, C. (1984). "A Service Quality Model and its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*, 18(4): 36-44.

- Gülcan, Z., Sultan, S. ve Vurgun, Ş. (2015). “Öğretim Gördükleri Programa İlişkin Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi: Nazilli Meslek Yüksekokulu Örneği”. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 3, Özel Sayı.
- Gürbüz, E. ve Ergülen, A. (2008). *Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçü ve Modelleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Güzel, N. G. (2006). “Yükseköğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi”. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Holdford D. ve Reinders T.P. (2001). “Development of an Instrument to Assess Student Perceptions of the Quality of Pharmaceutical Education”. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 125-131.
- Hussain, K. ve Birol, C. (2011). “The Assesment of Non-Academic and Academic Service Quality in Higher Educaion”. *Eurasian Journal of Educational Research*, (42): 95-116.
- İçöz, O. (2005). *Hizmet Pazarlaması*. Turhan Kitapevi, Ankara
- İrik, Ö. (2005). *Hizmet Kalitesinin Müşteri Bağlılığı Üzerine Etkileri ve Tansaş Süpermarket İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- İslamoğlu, A. H., Candan, B., Hacıfendioğlu, Ş. ve Aydın, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul.
- İzci, F. ve Saydam, R. (2013). “Algılanan Hizmet Kalitesi Kurumsal İmaj ve Sadakat İlişkisi (Van Bölge Hastanesi Uygulaması). ” *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1):199-219.
- Karahan, K. (2000). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Karahan, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Karahan, M. (2013). “Yükseköğretim Kurumları Kalite Yeterliliklerinin Öğrenci Memnuniyeti ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İnönü Üniversitesi Malatya MYO Uygulaması”. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 1-9.
- Kayan, M. (2009). *Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlanması: Halk Bankası Samsun Bölge Koordinatörlüğü Uygulama Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kekeç, D. (2008). *Hizmet Kalitesi Ölçümünde SERVQUAL Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Kılıç, B. ve Eleren, A. (2010). "Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3): 119-142.
- Kısakürek, M. (1976). *Üniversitelerimizde Yenileşme*, A.Ü. Eğitim Fakültesi, Yayın No:54, Ankara.
- Koçbek, A.D. (2005). *Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Koçoğlu, C.M. (2009). *Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi ve Beş Yıldızlı Bir Otel İşletmesinde Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Koçoğlu, M. C. ve Aksoy, R. (2012). "Hizmet Kalitesinin SERVPERF Yöntemi ile Ölçülmesi: Otobüs İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama". *Akademik Başarı Dergisi*, 29: 1-20.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management; Analysis, Planning. Implementation and Control*. 9th Edition. New Jersey. PrenticeHall.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. PearsonPrenticeHall, International Edition, 14th Edition, New Jersey.
- Kotler, P.ve Keller, K. L. (2012). *Marketing Manegement*. (14th Edition), New Jersey: PrenticeHall.
- Kristensen, K. ve Eskildsen, J. (2012). "The Relationship Between SERVQUAL, National Customer Satisfaction Indices and Consumer Sentiment". *Quality Management Journal*, 19(2):47-61.
- Kurnaz, A. (2011). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Marmaris Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kuş, M. (1999). *Kalite Kavramı, Avrupa Birliği Kalite Politikası Ve Türkiye'deki Kalite Faaliyetleri*, TC Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Avrupa Topluluğu Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Küçükaltan, D. (2007). "Turizm Endüstrisinde Hizmet Kavramı", Şevkinaz Gümüşoğlu ve Diğerleri (ed.). *Hizmet Kalitesi* (29-37). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Landrum, H. ve Prybutok, V. R. (2004). "A Service Quality And Success Model For The Information Service Industry". *European Journal Of Oprerational Research*, 156 (1): 628-642.

- Lazibat, T., Bakovic, T. ve Duzevic, I. (2014). “How Perceived Service Quality Influences Students’ Satisfaction? Teachers’ and Students’ Perspectives.”. *Total Quality Management*, 25 (8): 923-934.
- Mang’unyi, Eric E. ve Govender, Krishna K. (2014). “Perceived Service Quality (SQ) and Customer Satisfaction (CS): Students’ Perceptions of Kenyan Private Universities”. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23): 2739-2748.
- Mei, A. W. O., Dean, A. M. ve White, C., J. (1999). “Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry”. *Managing Service Quality*, 9(2): 136-143.
- Meydan Uygur, S. ve Tayfun, A. (2008). “Yükseköğretimde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Aldıkları Eğitimin Kalitesini Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma”. *Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, 432(5).
- Mucuk, İ. (1994). *Pazarlama İlkeleri*. DER Yayınları, İstanbul.
- Nadiri, H., Kandampully, J. ve Hussain, K. (2009). “Students' Perceptions of Service Quality in Higher Education”. *Total Quality Management*, 20(5): 523-535.
- Ocampo, L., Alinsub, J., Casul, R., Enquig, G., Luar, M., Panuncillon, N., Bongo, M., Ocampo, C. (2019). “Public Service Quality Evaluation With SERVQUAL and Ahptopsis: A Case Of Philippine Government Agencies”. *Socio-Economic Planning Sciences*, 68: 1-14.
- Odabaşı, Y. (2004). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- 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
- Oral, S. (2005). *Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Orhan, M. (2016). “Belediye Hizmet Kalitesi Ölçümü: Keçiören Belediyesinde Bir Uygulama”. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3): 945-963.
- Ozankaya, Ö. (1990). “Türkiye’de Yükseköğretimin Temel Sorunları”, Yükseköğretimde Sorunlar ve Çözümler, Üniversite Öğretim Üyeleri Derneği Yayınları, No: 1, İstanbul.
- Öncü, M. A., Kutukız, D. ve Koçoğlu C. M. (2010). “Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (45).
- Örs, H. (2007). *Hizmet Pazarlama Etkinliği ve Kalite*. Gazi Kitap Evi, Ankara.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi-1*. Kaan Kitapevi, Eskişehir.

- Özer, S. (1997). *Hizmetlerde Kalite: Banka Hizmetlerinde Kalite Üzerine Bir Tüketici Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Özer, L. Ş. (1998). *Hizmet Sektöründe Müşteri Tatmini: Rusya Federasyonu Vatandaşlarının Türkiye'ye Seyahatlerine İlişkin Algılanan Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini Ölçümü*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özer, P. ve Özdemir (2007). *Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri*. Detay Yayınevi, Ankara.
- Özgül, E. ve Deveci, N. (2005). "Üniversitelerde SERVQUAL Tekniği İle Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2): 93-116.
- Özgüven, E. (1997) *Yükseköğretimde Niteliği Geliştirme, Yükseköğretimde Sürekli Kalite Geliştirme*. Haberal Yayınları, Ankara.
- Öztürk, S. (1996). "Hizmet İşletmelerinde Kalite Boyutları ve Kalitenin Artırılması". *Verimlilik Dergisi*, (2): 66-68.
- Öztürk, A. (2007). *Hizmet Pazarlaması*. Ekin Yayıncılık, Bursa.
- Öztürk, A. (2009). *Kalite Yönetimi ve Planlaması*. Ekin Yayıncılık, Bursa.
- Öztürk, A. (2010). *Hizmet Pazarlaması*. Ekin Yayıncılık, Bursa.
- Öztürk, S. A. (2003). *Hizmet Pazarlaması*. (4.Baskı). Ekin Kitabevi, İstanbul.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). "Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2): 170-182
- Özveren, Y. S. (2010). *Müşteri Memnuniyeti Ve Hizmet Kalitesi İlişkileri: Mersin İlindeki Dört Ve Beş Yıldızlı Oteller Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Palmer, A. (1997). *Defining Relationship Marketing: An International Perspective*, Management Decision.
- Parasız, İ. (2004). *İktisadın A B C' si*. Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, (49): 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perspectives of Service Quality". *Journal of Retailing*, 12-40.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, NewYork: The Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1991). "Understanding Customer Expectations Of Service". *Sloan Management Rewiew*, 32(3): 39-48.
- Park, S.,Yi, Y. ve Lee, Y. (2018). "Heterogeneous Dimensions of SERVQUAL".*Total Quality Management*, 1-27.
- Paylan, M. A. (2007). *Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Değeri ve Müşteri Tatmininin Davranışsal Niyetler Üzerine Etkisi (Karayolu Ulaşım Sektöründe Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Petruzzellis, L., D' Uggento, A. M. ve Romanazzi, S. (2006). "Student Satisfaction and Quality of Service in Italian Universities". *Managing Service Quality*, 16(4): 349-364.
- Pradela, A. (2015). "Quality of Graduates' Preparation for Labour Market- a SERVQUAL Analysis". *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 174: 1671-1677.
- Reeves, C.A. and Bedner, D.A. (1994). "Defining Quality: Alternatives andImplications". *Academy of Management Review*, 19(3): 419-445.
- Retap, T., Firdaus, A. VeHamali, J. (2018). "Banks' Lending Realitionsip Quality Index (LRQI) for the Small and Medium-Sized Enterprises: A Review", *International Journal of Innovation and Economic Development*,3(4): 32-40.
- Rood, A. ve Dziadkowiec, J. (2013). "Cross Cultural Service Gap Analysis: Comparing SERVQUAL Customers and Ipamystery Shoppers". *Journal of Foodservice Business Research*, 16: 359-377.
- Sakarya, M. C. (2006), "*Yükseköğretimde Öğrenciye Yönelik Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Sargın, S. (2007). Türkiye'de Üniversitelerin Gelişim Süreci ve Bölgesel Dağılımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5): 133-150.
- Sayım, F. ve Aydın, V. (2011). "Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri İle Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29: 245-262.
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi: Analiz ve Raporlaştırma*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Serin ve Aytekin (2009). "Yükseköğretimde Toplam Kalite Yönetimi", *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (15): 86.

- Shahin, A.(2005). “SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services”, Isfahan University, (1-10).
- Şahin, G. G. (2011). “Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algısına Yönelik Ankara’da Bir Araştırma”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 49-65.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Pearson, Boston.
- 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.
- Taymaz, A. H. (1995). *Okul Yönetimi*. Saypa Yayın Dağıtım ve Kitapevi, Ankara.
- Tayyar, N. ve Dilşeker, F. (2012). “Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi Ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi”. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(2): 184-203.
- Teas, R.K. (1994). “Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment”. *Journal of Marketing*, 58: 132-139.
- Türk, Z. (2009). “Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Servperf Ölçeği”. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 399-416.
- Usta, R. (2010). “İçsel Pazarlama ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki Üzerinde Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminin Aracılık Etkisi”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34: 241-263.
- Ustasüleyman, T. (2009). “Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Ahs-TopsisYöntemi”. *Bankacılar Dergisi*, 69: 34-43.
- Uysal, D. ve Ersun Aydemir, E. (2016). “Türkiye’de Yükseköğretim Kavramı ve Yükseköğretimin İstihdam ve Ekonomiye Etkisinin Analizi”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35): 275-284.
- Üstünel, B. (1965). “Üniversite Meselesi (Açık Oturum)” Forum, c.17, sayı 262.
- Wang, C., Teo, T. (2020). “Online Servive Quality and Perceived Value in Mobile Government Success: An Empirical Study of Mobile Polıçe in China”. *International Journal of Information Management*, 1-12.
- Yavuz, S. (2006). *Altı Sigma Yaklaşımı ve Bir Sanayi İşletmesinde Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, İ. (2007). *Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler Ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi: İzmir Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, V., Filiz, Z., ve Yaprak, B. (2007). “SERVQUAL Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2): 299-315.
- Zeithaml, V. A. ve Bitner, M.J. (1996). *Services Marketing*, Singapore: McGrawHill.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. ve Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, New York.



İnternet Kaynakları

Akdeniz Üniversitesi, <https://www.akdeniz.edu.tr/tarihcemiz> (erişim tarihi: 20.05.2021).

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, <http://turizm.akdeniz.edu.tr/fakultemiz/tarihce>, (erişim tarihi: 22.05.2021).

Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi, <http://mtf.akdeniz.edu.tr/genel-bilgiler> (erişim tarihi: 22.05.2021).

Akdeniz Üniversitesi Serik İşletme Fakültesi, <http://sif.akdeniz.edu.tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 22.05.2021).

Aktan, C. C., “Yükseköğretimde Toplam Kalite Yönetimi’nin Uygulanması”. http://www.canaktan.org/egitim/universite-reform/toplamkalite.htm#_edn2 (erişim tarihi: 04.11.2010).

Türel, N. ve Aytar, O. (2014). “Meslek Yüksekokulu Eğitiminde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi İle Ölçümü: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde Bir Uygulama”. *Akademik Bakış Dergisi*, 43. <http://earsiv.kmu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11492/1005/Meslek%20Y%c3%bcksekokul%20E%c4%9fitiminde%20Hizmet%20Kalitesinin%20Servqual%20Y%c3%b6ntemi....pdf?sequence=1&isAllowed=y> (erişim tarihi: 19.12.2020).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, <https://sozluk.gov.tr/> (erişim tarihi: 14.12.2020).

T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2547&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> (erişim tarihi: 17.12.2020).

Yükseköğretim Kurulu, <https://www.yok.gov.tr/kurumsal/tarihce> (erişim tarihi: 10.12.2019).

Yükseköğretim Kurulu, <https://istatistik.yok.gov.tr> (erişim tarihi: 10.12.2020).



EK-1 ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket bilimsel çalışma için gerçekleştirilmektedir. Vereceğiniz yanıtlar yalnızca istatistikî veri olarak kullanılacak olup, kesinlikle üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır. Katılımınız için teşekkür eder, saygılar sunarım.

Filiz KARAKOYUNLU

A. KATILIMCILARLA İLGİLİ DEMOGRAFİK VE GENEL SORULAR

CİNSİYETİNİZ: ☐ Kadın ☐ Erkek

MEDENİ HALİNİZ: ☐ Evli ☐ Bekâr

YAŞINIZ:

KAYITLI OLDUĞUNUZ OKUL: ☐ Fakülte ☐ Lisansüstü (Enstitü)

Sınıfınız: ☐ Hazırlık ☐ 1. sınıf ☐ 2. sınıf ☐ 3. sınıf ☐ 4. sınıf ☐ Lisansüstü

Öğrenim Sekliniz: ☐ Örgün Öğretim (1.öğretim) ☐ İkinci öğretim (gece)

Üniversitede öğrenim gördüğünüz yer: ☐ Kampüs içi ☐ Kampüs dışı

Gelmiş olduğunuz bölge : ☐ Akdeniz ☐ İç Anadolu ☐ Karadeniz ☐ Ege ☐ Marmara
☐ Güneydoğu ☐ Doğu Anadolu ☐ Diğer (lütfen belirtiniz).....

AYLIK ORTALAMA GELİRİNİZ:

☐ 500 TL altı ☐ 500-1000 TL ☐ 1001-1500 TL
☐ 1501-2000 TL ☐ 2001-2500 TL ☐ 2501 TL üstü

BU ÜNİVERSİTEYİ SEÇMENİZDE ROL OYNAYAN BAŞLICA SEBEP NEDİR? (birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.): ☐ Önceki Deneyiminiz ☐ Arkadaş/Akraba Tavsiyesi ☐ Gazete, Dergi ve TV Reklamları ☐ İnternet ☐ Antalya'nın turizm şehri olması ☐ Antalya'nın sıcak iklimi ☐ Antalya'da yaşıyor olmanız. ☐ Antalya'nın öğrenci şehri olması ☐ Antalya'da yaşamın kolay olması ☐ Diğer (lütfen belirtiniz).....

B. HEdPERF Ölçeği Soruları

LÜTFEN AŞAĞIDAKİ SORULARI, ŞU ANDA ÖĞRENİM GÖRDÜĞÜNÜZ AKDENİZ ÜNİVERSİTESİNİ GÖZ ÖNÜNE ALARAK VE SİZE EN UYGUN OLAN SEÇENEĞİ “X” İLE İŞARETLEYEREK CEVAPLANDIRINIZ.

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılmıyorum, 4=Kararsızım, 5=Kısmen Katılıyorum, 6=Katılıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum

Üniversite mükemmel bir danışmanlık hizmeti veriyor.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Üniversite esnek müfredat yapısına sahip programlar sunmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Üniversitenin profesyonel bir imajı vardır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Yürüttüğü akademik programları ile tanınan bir üniversitedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Üniversitenin mezunları kolaylıkla iş bulabilir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Üniversiteyi bir imaja sahiptir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐



Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI	Filiz KARAKOYUNLU
Doğum Yeri - Tarihi	
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Isparta Anadolu Ticaret ve Meslek Lisesi (2001)
Lisans Diploması	Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü (2010)
Tez/ Dönem Projesi Konusu	Turizm Bölümü Öğrencilerinin Yükseköğretimdeki Hizmet Kalitesi Algıları
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Uslu, A ve Karakoyunlu, F. (2020). “Öğrencilerin Kurumsal İmaj Algısının Memnuniyet ve Tavsiye Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı (MTCON), 320-325. (Özet bildirisi).	
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Rektörlüğü Personel Daire Başkanlığı - Bilgisayar İşletmeni (2007-2012) Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü Personel Daire Başkanlığı- Bilgisayar İşletmeni (2012-Halen).
E-Posta	