T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNDE YÜKSEKÖĞRETİM PERFORMANSI (HEdPERF) ÖLÇEĞİ UYGULAMASI

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan
Muhammet BAYRAKTAR

Niğde
Nisan, 2021

T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNDE YÜKSEKÖĞRETİM PERFORMANSI (HEdPERF) ÖLÇEĞİ UYGULAMASI

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan
Muhammet BAYRAKTAR

Danışman : **Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ**
Üye : **Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL**
Üye : **Prof. Dr. Selim KILIÇ**
Üye : **Doç. Dr. Murat TOKSARI**
Üye : **Dr. Öğr. Üyesi Ömür DEMİRER**

Niğde
Nisan, 2021

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum **"Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçümünde Yükseköğretim Performansı (HEdPERF) Ölçeği Uygulaması"** başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ve akademik kurallar çerçevesinde tez yazım kılavuzuna uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiği ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

09/04/2021

Muhammet BAYRAKTAR

ÖN SÖZ

Yükseköğretim Kurumlarında kalitenin ölçümünün her geçen gün önem kazandığı günümüzde, kalitenin ölçümü konusunda farklı ölçekler, kriterler ve ölçüm yöntemleri de gündemdeki yerini korumaktadır. Yükseköğretim Kurumlarında kalite ölçümü özelinde literatürde en yaygın kulanılan ölçek HEdPERF ölçeği olarak bilinmektedir. HEdPERF ölçeği yükseköğretim kurumlarında kaliteyi, öğrencilerinin algılamalarına dayanarak ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir ölçektir. Bu çalışmada, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesinin öğrencilere sunduğu hizmetlerin kalitesi 2018-2019 Eğitim ve Öğretim Yılı Bahar Yarıyılında HEdPERF ölçeği ile ölçülmüştür.

Bu araştırmanın tamamlanabilmesi için bana her zaman yardımcı olan, bilgi ve tecrübesiyle beni aydınlatan danışman hocam Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ'e teşekkürlerimi sunuyorum. Bir araştırmanın tamamlanabilmesinde, farklı çevreden kişilerin de katkısına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu araştırmanın tamamlanabilmesi sürecinde bana yardımcı olan Dr. Öğretim Üyesi Ömür DEMİRER ve Üniversitemizin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesindeki hocalarıma, ayriyeten, bu tez araştırması sırasında çalışmama katkıda bulunan Tez İzleme Komitesi Üyeleri Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL ve Prof. Dr. Selim KILIÇ'a ve Jüri Üyesi olarak katkıda bulunan Doç. Dr. Murat TOKSARI'ya çok teşekkür ederim.

Bu çalışmanın tamamlanmasında en büyük özveriyi, sabrı ve anlayışı gösteren sevgili eşim İfakat'a sürekli yollarımı gözleyerek beni hasretle bekleyen oğlum Mehmet Kaan, Esat Kadir, Fatih Emre ve Miraç'a, beni yetiştirip bugünlere getiren her türlü gayreti gösteren zorluklarla mücadele ederek sürekli yol gösteren anneme ve babama, ortaokul, lise ve üniversite yıllarında hep yanımda olan ablam Zelfi ve eşi Hamit ÖZSOY'a teşekkürlerimi sunarım. Bu çalışmanın ilgililere, uygulamaya ve literatüre faydalı olması dileğiyle

Muhammet BAYRAKTAR

Niğde, 2021

ÖZET
DOKTORA TEZİ

ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNDE YÜKSEKÖĞRETİM PERFORMANSI (HEdPERF) ÖLÇEĞİ UYGULAMASI

BAYRAKTAR, Muhammet
İşletme Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ
Nisan 2021, 150 sayfa

Hizmet sektöründeki gelişmelere ve rekabete bağlı olarak sunulan hizmetlerde kalite anlayışı, sorgulanması gereken en önemli ölçütlerden birisi durumuna gelmiş, bu anlayış eğitim sektöründe de kendisini hissettirerek iç ve dış paydaşların beklentilerinin öğrenilmesi yönünde kurumları teşvik etmiştir. Yükseköğretimde uygulanan eğitim ve öğretim planlarında iyileştirmeler yapılarak iç ve dış paydaşlara kaliteli hizmetler sunulması ve paydaşların bu kaliteyi nasıl algıladıklarının ölçülmesi ile uygulayıcılara bir kontrol mekanizması sağlanarak, kalitenin sürekli geliştirilmesi amaçlanmıştır. Öğrencilerin eğitim kurumlarının sunmuş oldukları hizmetlerin doğrudan etkisi altında kalması ve bu süreçlerin bir parçası olması nedeniyle eğitim ve öğretim ile ilgili algılamaları ve değerlendirmeleri en önemli kalite göstergelerinden birisi haline gelmiştir.

Araştırmada, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algılarını HEdPERF ölçeğine dayanarak ölçmek ve ölçekte belirlenen faktör boyutlarının geçerliliğini ve güvenirliliğini belirleyerek, bu boyutların -cinsiyet, program türü (1. öğretim ve 2. öğretim) ve sınıf düzeyine (1, 2, 3, 4. sınıf)- göre farklılık gösterip göstermediğini ve algılanan hizmet kalitesi boyutlarının öğrencilerin -tavsiye, niyet ve memnuniyetlerini- ne şekilde etkilediğini ölçmek amaçlanmıştır. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi için 2018-2019 Eğitim ve Öğretim Yılı Bahar Yarıyılında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesine kayıtlı toplam 23.492 öğrenci ile akademik birimlere göre kota örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen 1150 öğrenci ile yüz yüze anket yöntemi ile veriler toplanmış, 1112 anket değerlendirmeye alınarak SPSS-23 paket programı ve LİSREL 8.7 paket programlarıyla analiz edilmiştir.

Yabancı bir kültürde geliştirilen ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek amacı ile keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmış; keşfedici faktör analizi sonucunda

maddelerin birbirinden yeterince ayrılmış dört faktör altında toplandığı görülmüş, birinci boyuttaki maddeler akademik yöne ilişkin hizmet özellikleri (akademik yönler), ikinci boyuttaki maddeler akademik olmayan yöne ilişkin hizmet özellikleri (akademik olmayan yönler), üçüncü boyuttaki maddeler erişime ilişkin hizmet özellikleri (erişim) ve dördüncü boyuttaki maddeler itibara ilişkin hizmet özellikleri (itibar) ile ilgilidir. Bu boyutların, açıklanan varyans değerlerine göre sıralamasında; akademik yön ve akademik olmayan yönün aynı düzeyde 1. sırada, itibar 2. sırada, erişim 3. sırada belirlenmiştir. Bulgular ölçeğin faktör yapısının elde edilen verilerde doğrulandığını ve bu nedenle de ölçeğin yapısal geçerliliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Öğrencilerin aldıkları hizmetin kalitesini algılamaları, cinsiyet ve program türüne (1. Öğretim ve 2. Öğretim) göre farklılık göstermemektedir. Sınıf düzeyine (1,2,3,4.sınıf) göre ise –akademik yön, itibar ve erişim- boyutu yönüyle farklılık oluşturmamakta, -akademik olmayan yön- boyutu ve toplam kalite boyutları algılamaları yönüyle farklılık oluşturmaktadır.

Öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algıları ve *-genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, mezuniyetten sonra ziyaret niyeti, tavsiyede bulunma-* duygu ve düşünceleri arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu ilişkinin düzeyi erişim boyutunda daha yüksektir.

Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin genel kalite algılarını *erişim ve itibar* boyutları etkilemekte, *akademik yön ve akademik olmayan yön boyutları* ise anlamlı düzeyde etkilememektedir. Memnuniyeti, mezuniyetten sonra üniversiteyi ziyarette bulunma davranış niyetini, tercihte bulunacaklara tavsiye etme duygu ve düşüncelerini *akademik yön, erişim ve itibar* boyutları anlamlı olarak etkilerken, *akademik olmayan yön* boyutunun anlamlı etkisi olmadığı sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi Ölçümü, Yükseköğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçümü, HEdPERF ölçeği.

ABSTRACT
Ph.D. THESIS

APPLICATION OF HIGHER EDUCATION PERFORMANCE (HEdPERF) SCALE IN MEASURE OF SERVICE QUALITY PERCEIVED

BAYRAKTAR, Muhammet
Business Administration
Supervisor: Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ
April 2021, 150 pages

Based on the developments and competition in the service sector, understanding of quality in the services provided has become one of the most important criteria to be questioned, and this understanding has made itself felt in the education sector and encouraged institutions to learn the expectations of internal and external stakeholders. It is aimed to continuously improve the quality to provide quality services to internal and external stakeholders through making improvements in the education and training plans implemented in higher education, and to provide a control mechanism for the practitioners through measuring how stakeholders perceive this quality. Students' perceptions and evaluations about education and training have become one of the most important quality indicators since they are directly affected by the services provided by educational institutions and are a part of these processes.

In this study it is aimed to measure Niğde Ömer Halisdemir University students' perceptions of the quality of the services they receive based on the HEdPERF scale and to determine validity and reliability of the factor dimensions determined in the scale and to measure whether these dimensions differentiate according to gender, program type (daytime education and evening education) and grade level (1st, 2nd, 3rd, and 4th grade) and to measure how the perceived service quality dimensions affect the students' advice, intention and satisfaction. In order to achieve this goal, data were collected by face-to-face questionnaire method with 1150 students determined using the quota sampling method according to academic units out of a total of 23,492 students enrolled in Niğde Ömer Halisdemir University in the Spring Semester of the 2018-2019 Academic Year, and 1112 of these questionnaires were evaluated and analysed through the SPSS-23 package program and LISREL 8.7 package programs.

In order to determine the construct validity of the scale developed in a foreign culture, exploratory and confirmatory factor analysis was performed. As a result of the

exploratory factor analysis, it was seen that the items were grouped under four factors that were separated from each other sufficiently. The items in the first, second, third and fourth dimensions were associated with service characteristics related to academic aspects (academic aspects), service characteristics related to non-academic aspects (non-academic aspects), service characteristics related to access (access) and service characteristics related to reputation (reputation) respectively. In the ranking of these aspects according to the explained variance values, academic and non-academic aspects are ranked at the same level as the first, reputation as the second and access as the third. The findings revealed that the factor structure of the scale was verified in the data obtained and therefore the scale had structural validity.

Students' perception of the quality of the service they receive does not differ respect to gender and program type (daytime education and evening education). According to the grade level (1st, 2nd, 3rd, and 4th grade), academic aspect does not make a difference in terms of reputation and access dimension; non-academic aspect makes a difference in terms of dimension and total quality dimensions perceptions.

It has been determined that there was a significant and positive relationship between students' perceptions of the quality of services they perceived and their feelings and thoughts about *perception of general service quality, satisfaction, intention to visit after graduation,* and *making recommendations*. It has been determined that this relationship is higher in the dimension of access.

It is obtained that the aspects of *access* and *reputation* affect the university students' perception of the general quality of the service they receive, while *academic* and *non-academic aspects* do not have a significant effect. Satisfaction, the intention to visit the university after graduation, the feelings and thoughts of recommending to those who will make a choice are significantly affected by *the academic aspect, access* and *reputation*, while the *non-academic aspect* doesn't not have a significant effect.

Key words: Service Quality Measurement, Service Quality Measurement in Higher Education Institutions, HEdPERF scale.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ ..... **ii**
ÖZET ..... **iii**
ABSTRACT ..... **v**
İÇİNDEKİLER ..... **vii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **ix**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **x**

BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞ

1.1. PROBLEM DURUMU 2
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ 5
1.3 ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 6

İKİNCİ BÖLÜM
HİZMET KALİTESİ VE ÖLÇÜMÜ

2.1. KALİTE KAVRAMI 10
2.2. HİZMET KAVRAMI 12
2.3. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI 13
2.3.1. Beklenilen Hizmet Kalitesi 16
2.3.2. Algılanan Hizmet Kalitesi 17
2.4. HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNDE KULLANILAN MODELLER 18
2.4.1. Grönroos Modeli 19
2.4.2. Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli 22
2.4.3. Servqual Modeli 27
2.4.4. Servperf Modeli 29

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE VE ÖLÇÜMÜ

3.1. YÜKSEKÖĞRETİM 32
3.2. YÜKSEKÖĞRETİMİN AMACI 33
3.3. ÜNİVERSİTE 34
3.4. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE 35
3.5. YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ 39
3.5.1. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Servqual Modelinin Kullanılması 40
3.5.2. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Servperf Modelinin Kullanılması 45
3.5.3. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Eduqual Ölçeğinin Kullanılması 47
3.5.4. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Heqam Modelinin Kullanılması 48
3.5.5. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Tedperf Modelinin Kullanılması 49

3.5.6. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Pesperf 50
3.5.7. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Hesqual Modelinin Kullanılması 51
3.5.8. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Önem-Performans Analizi (IPA Importance-Performance Analysıs) 51
3.5.9. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde PG-SQ (Postgraduate Service Quality) 54
3.5.10. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Diğer Bazı Araştırmalar 55

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE ÖLÇÜMÜNDE HEdPERF ÖLÇEĞİ

4.1. HEdPERF ÖLÇEĞİ 59
4.1.1. Akademik Yön Boyutu 67
4.1.2. Akademik Olmayan Yön Boyutu 70
4.1.3. Erişim Boyutu 72
4.1.4. İtibar Boyutu 74
4.1.5. Program Konuları Boyutu 76
4.1.6. Anlayış Boyutu 78
4.2. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE ALGISI VE MEMNUNİYETE ETKİSİ 79

BEŞİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ

5.1. VERİ TOPLAMA ARACI 87
5.2. EVREN VE ÖRNEKLEM 88
5.3. İSTATİSTİK ANALİZ YÖNTEMLERİNİN BELİRLENMESİ 91
5.4. ARAŞTIRMA KATILIMCILARINI TANITICI BİLGİLER 91
5.5. NORMAL DAĞILIM ANALİZİ 96
5.6. GEÇERLİLİK VE GÜVENİRLİLİK ANALİZİ 97
5.7. KALİTE BOYUTLARI BETİMSEL ANALİZLERİ 105
5.8. HİPOTEZ TESTLERİ 106

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uygulayıcılara Öneriler 129
Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler 131
Araştırmanın Kısıtları 131

KAYNAKÇA 132
EKLER 145
ÖZ GEÇMİŞ 149

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 4.1: Literatürde Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçümünde HEdPERF Temelli Bulgular 82
Tablo 4.2: Literatürde Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Diğer Ölçeklerin Temel Bulguları 84
Tablo 5.1: Akademik Birimlere Göre Evren ve Örneklem Sayıları 89
Tablo 5.2: Değerlendirilen Örneklem Büyüklüğü ve Akademik Birimlere Göre Dağılımı 90
Tablo 5.3: Katılımcıların Demografik Özellikleri 92
Tablo 5.4: Araştırmaya Katılanların Öğrenim Gördükleri Bölümü Tercih Nedenleri 95
Tablo 5.5: Verilerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri 96
Tablo 5.6: Regresyon Analizi Doğrusallık ve Normallik Varsayımı Değerleri 97
Tablo 5.7: KMO ve Barlett Testi Sonuçları 98
Tablo 5.8: Maddelerin Faktör Yük Değerleri 100
Tablo 5.9: Temel Bileşenler Analizi Sonucunda Faktörlere İlişkin Elde Edilen Bulgular 102
Tablo 5.10: Araştırmada Kullanılan HEdPERF Ölçeği İçin Uyum İyiliği Değerleri 103
Tablo 5.11: HEdPERF Ölçeği Boyutları Güvenirlik Katsayıları 105
Tablo 5.12: Kalite Boyutlarına İlişkin Betimsel İstatistikler 105
Tablo 5.13: Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t-testi Sonuçları 106
Tablo 5.14: Öğretim Türüne Göre Bağımsız Gruplar t-testi Sonuçları 108
Tablo 5.15: Sınıf Düzeyine Göre Tek-Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi Sonuçları 110
Tablo 5.16: Korelasyon Analizi Sonuçları 113
Tablo 5.17: HEdPERF Boyutlarının Algılanan Kaliteye Etkisi 114
Tablo 5.18: HEdPERF Boyutlarının Memnuniyete Etkisi 116
Tablo 5.19: HEdPERF Boyutlarının Mezun Olunan Üniversiteye Ziyarette Bulunma Davranış Niyetine Etkisi 117
Tablo 5.20: HEdPERF Boyutlarının Tercihte Bulunacaklara Tavsiye Etme Davranışına Etkisi 119

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Grönroos Hizmet Kalitesi Modeli 20
Şekil 2.2: Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli 23
Şekil 4.1: Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesinde Ölçüm Modelinin (HEdPERF) Belirlenmesi Amacıyla İzlenen Aşamalar..... 60
Şekil 5.1: Ölçeğin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları..... 104
Şekil 5.2: HEdPERF Boyutlarının Algılanan Kaliteyi Yordayıcılığı..... 114
Şekil 5.3: HEdPERF Boyutlarının Memnuniyeti Yordayıcılığı 116
Şekil 5.4: HEdPERF Boyutlarının Mezun Olunan Üniversiteye Ziyarette Bulunma Davranış Niyetini Yordayıcılığı..... 117
Şekil 5.5: HEdPERF Boyutlarının Tercihte Bulunacaklara Tavsiye Etme Davranışını Yordayıcılığı 119

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Hizmet sektöründeki gelişmelere ve rekabete paralel olarak, sunulan hizmetlerde kalite anlayışı, sorgulanması gereken en önemli kriterlerden birisi durumuna gelmiştir. Bu kapsamda, hizmetlerin kalitesinin nasıl ölçülmesi gerektiği de, önemli bir problem olarak ortaya çıkmıştır. İlgili literatürde, hizmet kalitesinin ölçülmesi çalışmaları sonucunda, birden fazla hizmet kalitesi ölçeği geliştirilmiş olmakla birlikte; hizmet kalitesini –teknik, fonksiyonel, imaj- olmak üzere üç boyutta değerlendiren Grönroos Modeli (Grönroos, 1984), beklenilen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki boşluğu değerlendiren Servqual Modeli (Parasuraman vd. 1985,1988) ve beklenilen hizmete yer vermeden sadece algılanan performansı ölçen Servperf modeli (Cronin ve Taylor, 1992) en bilinen ölçüm yöntemleridir.

Yükseköğretim kurumlarında üretilen bilimin insanlığa olan faydaları ile birlikte, yükseköğretim kurumlarında verilen hizmetin kalitesi, hizmet verdiği yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte, kalkınma ve gelişmenin de en önemli belirleyicisi olarak değerlendirilmektedir. Paydaşların bu kaliteyi nasıl algıladıklarının ölçülmesi ve bilinmesi, uygulayıcılara bir kontrol mekanizması sağlayarak, plan ve politikalarını buna göre belirlemelerine, sonucunda da kaliteyi sürekli geliştirmelerine katkı sağlayacak olması ile birlikte, her alanda lokomotif görevini kaliteli yerine getirebilmesini de sağlayabilecektir. Bu doğrultuda dünyada ve ülkemizde yükseköğretim kurumlarında kalitenin Web of Science endeksli dergilerde yayınlanan yayın sayısı, atıf sayısı, mezunların işe girme oranı, mezun doktora öğrencisi sayısı, öğretim üyesi başına düşen öğrenci sayısı vb. bazı kriterlerle ölçüldüğü ve değerlendirildiği bilinmektedir. Türkiye'de Yükseköğretim Kurumu (YÖK) Yükseköğretim Kalite Güvencesi ve Yükseköğretim Kalite Kurulu Yönetmeliği ve diğer ilgili mevzuat çerçevesinde yükseköğretim kurumlarında kalitenin izlenmesi ve değerlendirilmesi kapsamında faaliyetlerde bulunmakta ve iç ve dış değerlendirme raporları yayınlamaktadır. Bu raporlar, yükseköğretim kurumlarının kaliteyi içselleştirmelerini ve kendilerine bir bakıma ayna tutmalarını da sağlamaktadır. Akademik birimlerin MÜDEK, FEDEK, STAR vb. kurumlardan akreditasyon belgesi

alabilmeleri kalitenin göstergesi olarak değerlendirilmektedir. YÖK, 2019 yılından başlamak üzere, Üniversitelerin başarı karnesini 5 ana başlıkta 42 göstergede nicel ölçülerle değerlendirerek, kamuoyu ile paylaşmıştır. Bununla birlikte, yükseköğretim kurumlarının en önemli paydaşlarından birisi olan öğrencilerin aldıkları hizmeti nasıl değerlendirdiklerine ilişkin olarak kalitenin ölçülmesi gerektiği, literatürde birçok araştırmanın konusunu oluşturmuş ve yükseköğretimde kalitenin nasıl algılandığı özelinde Abdullah (2005) tarafından geliştirilen HEdPERF ölçeği yaygın kullanım niteliği kazanmıştır.

1.1. PROBLEM DURUMU

Hizmet sektöründe iç ve dış müşterilere kaliteli hizmet sunulmaya ve rekabet avantajı elde edilmeye çalışılmaktadır. Hizmet sektöründe işletmelerin sayısının son zamanlarda hızlı bir şekilde yükselişe geçmesi, pazarların genişleyerek rekabetin artması, tüketicilerin bilinçli tüketici haline gelmesini hızlandırmıştır (Yeo ve Li, 2014: 96). Hizmet sektöründeki bu gelişmelerden etkilenen yükseköğretim kurumları da, iç ve dış müşterilerine kaliteli hizmet sunmayı, en önemli öncelikleri içerisine almıştır (Ali vd., 2016: 71). Yükseköğretimde hizmet kalitesi, bir üniversitenin öğrencilerini kendisine çekmesi, öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve onları sadık müşteriler haline getirebilmesi için önemli başarı faktörlerinden birisi haline gelmiştir (Mahmoud ve Khalifa, 2015: 343).

Yükseköğretim kurumlarında paydaşların kalite algılarını ölçmek amacıyla hizmet sektöründe kalite ölçümünde yaygın olarak kullanılan Servqual, Servperf ölçeklerinin kullanıldığı bilinmektedir. Bu ölçeklerin yanısıra yükseköğretimin karakteristik özelliklerini dikkate alan HEdPERF ve diğer kalite ölçeklerinin de yükseköğretimde hizmet kalitesi algısını ölçmek amacıyla kullanıldığı bilinmektedir. Bu ölçeklerden bazılarının Grönroos hizmet kalitesi modeli (Grönroos, 1984), Cul-HEdPERF (Randheer, 2015), Eduqual (Narang, 2012), Heqam (Noaman vd., 2017), Tedperf (Rodríguez-González ve Segarra, 2016), Pesperf (Yıldız ve Kara, 2009), Hesqual (Teeroovengadum vd., 2016) ve PG-SQ modeli (Khalaf ve Khourshed, 2017) gibi ölçekler olduğu görülmektedir. Uygun hizmet kalitesi ölçüm modellerinin kullanılması sayesinde, yükseköğretim kurumları sunmuş oldukları hizmetlerin

kalitesini daha iyi değerlendirebilmekte, eksik yönlerini görebilmekte ve hizmet sunum süreçlerinde iyileştirilecek alanları belirleyebilmektedir (Brochado, 2009: 174-175).

Araştırmacılar, yükseköğretimde öğrencilerin hizmet kalitesi algılarını öğrenebilmek amacıyla farklı hizmet kalitesi ölçeklerini kullanarak farklı araştırma sonuçlarını elde etmişlerdir. Abdullah (2005) 41 maddelik HEdPERF ölçeğinin değiştirilmiş beş boyutlu, -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar ve program konuları*- yapısının tek boyutluluk, güvenilirlik, geçerlilik yönünden Servperf ölçeğine göre varyansı daha iyi açıkladığı sonucuna ulaşmıştır. Banahene vd. (2018), HEdPERF ölçeğinin yükseköğretim sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesinde en gelişmiş ölçme aracı olduğunu (Banahene vd. 2018: 99), Açan ve Saydan (2009), HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini daha güvenilir bir şekilde ölçtüğünü ileri sürmektedir (Açan ve Saydan, 2009: 228). Danilo vd. (2017), yükseköğretime özgü HEdPERF ölçeğinin genellikle diğer ölçeklere göre üstün olduğu sonucuna ulaşmıştır. Randheer (2015), Cul-Hedperf ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini HEdPERF ve Servperf ölçeklerine göre daha iyi ölçtüğü bulgusunu elde etmiştir. Sheeja vd. (2014), HEdPERF ölçeğinin Hindistan'daki eğitim kurumlarında güvenilir bir ölçek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bektaş ve Ulutürk Akman (2013), yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesinde geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan ve kendileri tarafından uyarlanan bu ölçeğin kullanılabileceği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Abdullah (2005) ve Dužević vd. (2015), HEdPERF ölçeği ile yürüttükleri araştırmalarının sonucunda, öğrencilerin yükseköğretimde algılanan hizmetlerin kalitesinin belirlenmesinde erişim boyutunu en önemli kalite boyutu olduğunu, Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), erişim boyutunun öğrencilerin hizmet kalitesi algılarına önemli katkılar sunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Purwanto vd. (2020), üniversitenin erişim boyutunda hizmetleri yeterli düzeyde sunduğu sonucuna ulaşırken, Ali vd. (2016) ise öğrencilerin en düşük hizmet kalitesi boyutu olarak erişim boyutunu algıladıklarını bulgulamışlardır.

Yükseköğretimde HEdPERF ölçeği kullanılarak yapılmış olan araştırmaların bazılarında kalite boyutlarının sayısı 4 (Sheeja vd., 2014; Mang'unyi ve Govender, 2014; Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016; Muhammad vd., 2018;

Banahene vd., 2018); bazılarında 5 (Abdullah, 2005; Abdullah, 2006a; Abdullah, 2006b) ve bazı araştırmalarda da 6 (Abdullah, 2006c; Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013) olduğu bulgusu elde edilmiştir. HEdPERF kalite boyutları-*akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişilebilirlik*- (Sheeja vd., 2014; Mang'unyi ve Govender, Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016; Muhammad vd., 2018; Banahene vd., 2018) olduğu görülürken; 5 olduğunda -*akademik yön, akademik olmayan yön, itibar, erişim ve program konuları*- olarak belirlenmiştir (Abdulah, 2005; Abdullah, 2006a; Abdullah, 2006b). Abdullah (2006c)'nin araştırmasında ise HEdPERF'in kalite boyutlarının sayısı -*akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, erişim, program konuları ve anlayış*- şeklinde 6 boyuttur. Benzer şekilde Bektaş ve Ulutürk Akman (2013) yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarını kurumun -*idari, akademik, imaj, erişilebilirlik, sunulan diploma programları ve fiziksel olanaklar*- şeklinde altı boyuttan oluştuğunu belirlemiştir.

HEdPERF (Abdullah, 2005) ölçeğinin dünyanın farklı üniversitelerinde geçerliliğini ve güvenirliliğini farklı örneklemlerde bulgulamak, bir yükseköğretim kurumunun hizmet özelliklerinin kalite algılamalarını oluşturan boyutlarını farklı örneklemlerde ortaya koymak ve yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesini HEdPERF ölçeği ile öğrencilerinin algılamalarına göre ölçmek bu araştırmanın problemini oluşturmuştur.

Araştırmanın problem cümlesini, "*Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin kendilerine sunulan hizmetin kalitesini nasıl algıladıkları ve bu algılamalarının demografik ve akademik özelliklerinden etkilenip etkilenmediği*" oluşturmaktadır. Araştırma problemi kapsamında, aşağıda yer alan sorulara cevap aranmıştır.

1. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları, yükseköğretim kurumlarının verdikleri hizmetlerin özelliklerine göre, hangi boyutlardan oluşmaktadır?
2. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları, cinsiyet değişkeni bakımından, farklılık göstermekte midir?
3. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları, öğretim türü değişkeni bakımından farklılık göstermekte midir?

4. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları sınıf düzeyi değişkeni bakımından farklılık göstermekte midir?
5. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları, memnuniyet, mezuniyetten sonra ziyaret niyeti, tavsiyede bulunma gibi duygu ve düşüncelerini hangi düzeyde etkilemektedir?

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZLERİ

HEdPERF ölçeğinin dünyanın farklı üniversitelerinde geçerliliğini ve güvenirliliğini farklı örneklemlerde bulgulamak, bir yükseköğretim kurumunun hizmet özelliklerinin kalite algılamalarını oluşturan boyutlarını farklı örneklemlerde ortaya koymak ve yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesini HEdPERF ölçeği ile öğrencilerinin algılamalarına göre ölçmek amaçlı çalışmalar süregelebilecektir. Bu bağlamda, araştırma, doğrudan hizmet alan konumunda olan ve en önemli paydaş olarak görülen Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesini HEdPERF ölçeği temelinde ölçmeye yöneliktir.

Araştırmada, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesini HEdPERF ölçeğine dayanarak ölçmek ve ölçekte belirlenen faktör boyutlarının geçerliliğini ve güvenirliliğini belirlemek, bu boyutların -cinsiyet, program türü (1. öğretim ve 2. öğretim) ve sınıf düzeyine (1, 2, 3, 4. sınıf)- göre farklılık gösterip göstermediğini ve algılanan hizmet kalitesi boyutlarının öğrencilerin memnuniyet, mezuniyetten sonra ziyaret niyeti, tavsiyede bulunma düşüncelerini ne şekilde etkilediğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, araştırmanın hipotezleri aşağıda ifade edilmiştir:

H1: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, öğretim türüne (1. Öğretim ve 2. Öğretim) göre farklılık göstermektedir.

H3: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, sınıf düzeyine (1, 2, 3, 4) göre farklılık göstermektedir.

H4: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları ile bu hizmetlere yönelik duygu ve düşünceleri (genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, mezuniyetten sonra ziyaret niyeti, tavsiyede bulunma) arasında ilişki vardır.

H5: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları bu hizmetlere yönelik duygu ve düşüncelerini (genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, mezuniyetten sonra ziyaret niyeti, tavsiyede bulunma) yordamaktadır.

H5a: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin özelliklerinin toplam kalite algılamaları genel kalite algılarını yordamaktadır.

H5b: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları memnuniyet düzeylerini yordamaktadır.

H5c: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları mezun olduktan sonra üniversiteye ziyarette bulunma davranış niyetlerini yordamaktadır.

H5d: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları tercihte bulunacaklara tavsiyede bulunmalarını yordamaktadır.

1.3 ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Tarihin akışı içerisinde kaliteyle sürekli ilgilenme ihtiyacı hissedilmiştir (Çağlar ve Kılıç, 2011: 1-2). Kalite eskiden ortaya çıkmış bir olgu olmasına rağmen, çağımızda insanlar ve kurumların en önem verdiği bir değer haline gelmiştir (Özçakar, 2010: 107). Eskiden kalite kavramı yalnızca endüstriye özgü mallara yönelik kullanılırken, günümüzde hizmet sektörü için de bu kavramdan yararlanılmaktadır (Serin ve Aytekin, 2009: 84). Kalitenin bu gelişimi hizmet sektöründe kaliteye daha çok önem verilmesini sağlarken (Wang vd., 2003: 74), kalite hem kamu hem de özel sektördeki kuruluşlar için önemli bir kavram haline gelmiştir (Samat vd., 2006: 713). İş stratejisinin oluşturulmasında ve pazarlama faaliyetlerinin sürdürülmesinde hizmet kalitesi en güçlü rekabet aracı olarak görülmektedir (Abdullah, 2005: 305).

Hizmet kalitesi araştırmaları pazarlama literatüründe önemli bir yer edinmiş (Ali vd., 2016: 72), birçok ülkede araştırmacıların ilgisini çekmiştir (Buttle, 1996; Cronin ve Taylor, 1992; Kang ve James, 2004; Parasuraman vd., 1988; Rodrigues vd., 2011; Stefano vd., 2015). Araştırmacıların hizmet kalitesine olan ilgisinin artması, çeşitli hizmet kalitesi ölçüm modellerinin geliştirilmesini sağlamıştır (Muhammad vd., 2018:

166). Servqual ve Servperf modelleri iki temel hizmet kalitesi ölçüm modeli olarak görülmektedir (Brochado, 2009: 176). Servperf modeli, hizmet kalitesinin ölçülmesinde Servqual modelinin ortaya çıkardığı bazı sıkıntıların giderilmesini amaçlamıştır (Cronin ve Taylor, 1992: 55). Mahmoud ve Khalifa (2015), Servqual modelinin en yaygın hizmet kalitesi ölçüm modeli olduğunu ifade etmiştir (Mahmoud ve Khalifa, 2015: 344). Servqual ölçeği, tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin öğrenilmesinde beklenti ve algı değişkenini kullanırken, Servperf ölçeği yalnızca algı değişkenini kullanmaktadır (Danilo vd., 2017: 420). Hizmetlere özgü soyutluk, heterojenlik, üretim ve tüketimin ayrılmazlığı özellikleri hizmet kalitesinin anlaşılmasını ve ölçülmesini zorlaştırmaktadır (Parasuraman vd., 1988: 13).

Farklı hizmet sektörlerinde yapılan araştırmalarda hizmet kalitesi boyutlarına odaklanılarak araştırmaların yapıldığı görülmektedir (Sultan ve Yin Wong, 2010: 259). Hizmetlerin tüketicilerin beklentilerini karşılaması ya da beklentilerinin üzerinde sunulabilmesi için hizmetlerin algılanmasında rol oynayan faktörlerin ya da kalite boyutlarının anlaşılmasının önemi büyüktür (Zaid, 1995: 25). Kalitenin özellikle de hizmet kalitesinin farklı boyutları içermesi nedeniyle karmaşık olduğu bilinmektedir (Khalaf ve Khourshed, 2017: 626). Hizmet kalitesinin genellikle, farklı insanlar tarafından farklı anlamlar ifade eden çok boyutlu bir kavram olduğu kabul edilmektedir (Santos, 2002: 292). Algılanan hizmet kalitesi ölçeklerinin boyutları sektörden sektöre ve zamana göre değişiklik gösterebilmektedir (Akın, 2019: 57).

Yükseköğretim, öğrencilerinin ihtiyaçlarının karşılanarak bu ihtiyaçların üzerinde hizmetlerin sunulmasını amaç edinmesi gibi nedenlerle hizmet sektörü içerisinde değerlendirilmektedir (Choudhury, 2015: 219). Yükseköğretimin hizmet sektörü içerisinde değerlendirilmesi, dikkatleri yükseköğretimin paydaşları üzerine çevirmektedir (Ali vd., 2016: 73). Birçok iç ve dış paydaş, değişik şekillerde yükseköğretim hizmetlerinin etkisi altında kalarak bu hizmetlerden faydalanmakta, tecrübe sahibi ve bir düşünce tarzına sahip olmaktadır. İç paydaşlar; öğrenciler, akademik personel, dış paydaşlar; aileler, yerel topluluklar, toplum kesimi, devlet kurumları, yerel yetki sahipleri, mevcut ve ilerde işveren konumunda olacaklar şeklinde belirlenebilir (Gürbüz ve Ergülen, 2008: 3). Yükseköğretim sektörünün farklı paydaşlara sahip olması, yükseköğretimdeki hizmet kalitesi sorunlarının ana kaynağı olarak görülmektedir (Campos vd., 2017: 397). Yükseköğretimde kalite tanımları,

paydaşların bakış açılarına göre yapılmakta ve öğrenciler yükseköğretimin en önemli paydaşı olarak görülmektedir (Ali vd., 2016: 73).

Günümüzde, yükseköğretim kurumlarının pazar odaklı bir ortamda faaliyetlerini sürdürdüğü şeklinde yaygın bir anlayış bulunmaktadır (Narang, 2012: 357). Yükseköğretim sektörü bir pazar yeri olarak görülürken, üniversitede sunulan eğitim ve öğretim hizmetleri pazarlanabilir bir hizmet olarak ortaya çıkmaktadır. Bir diğer ifadeyle, üniversitelerde sunulan eğitim ve öğretim hizmetlerinin öğrencilerin taleplerini karşılayabildiği ölçüde üniversitelerin başarılı olacağı düşünülmektedir (Sultan ve Yin Wong, 2010: 267). Öğrencilerin ihtiyaçlarını bilmek, yükseköğretim kurumlarının bu özel ihtiyaçları karşılayabilecek ürünler ve programlar geliştirmesine olanak sağlayacaktır (Rodríguez-González ve Segarra, 2016: 172). Bu durum, yükseköğretim kurumlarını rekabet avantajı sağlayacak şekilde faaliyetlerini sürdürmeye teşvik etmektedir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 603). Yükseköğretimde hizmet kalitesi, pazarlama ve iş stratejisini belirleyen en güçlü rekabet silahı olarak görülmekte (Muhammad vd., 2018: 165), öğrencilere doğru beceriler kazandırılarak onların istihdam edilmesinde kolaylıklar sağlamaktadır (Randheer, 2015: 31).

Yükseköğretim sektöründeki hizmet kalitesi araştırması iş sektöründeki hizmet kalitesi araştırmalarına göre yeni sayılmaktadır. İş sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla kullanılan kalite modellerinin çoğu eğitim sektörüne uyarlanarak kullanılmaya başlanmıştır (Sultan ve Yin Wong, 2013: 72; O'Neill ve Palmer, 2004: 39). Son zamanlarda bazı araştırmalarda yükseköğretimde kapsamlı bir hizmet kalitesi modelinin geliştirilmesi gerektiğine yönelik açıklamalar yapılmıştır (Sultan ve Yin Wong, 2013: 73). Ancak, evrensel bir şekilde kullanılabilecek tek bir ölçüm aracı, yükseköğretim kurumlarının organizasyon ve çevre yapılarının farklı olması nedeniyle araştırma sonuçlarını ve bu araştırma sonuçlarına dayalı yükseköğretim uygulamalarını tartışmalı hale getirebilir şeklinde kaygılar mevcuttur (Yıldız ve Kara, 2009: 410). Bu yüzden yükseköğretim kurumları kalite yönetim uygulamalarını kendi bakış açılarına göre yürütme ve hizmet kalitesini iyileştirmek amacıyla farklı kalite yönetim modellerini uygulamaktadır (Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016: 100).

Yükseköğretimin kendisine özgü karakteristik özelliklerinin bulunması nedeniyle bu kurumlarda hizmet kalitesi ölçüm modellerinin geliştirilmesi amacıyla bazı

araştırmalar yapılmış (Yıldız ve Kara, 2009: 394), hizmet kalitesini güvenilir ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek amacıyla farklı hizmet kalitesi modelleri geliştirilmiştir (Saad, 2013: 25). Abdullah (2005, 2006a; 2006b) ve Brochado (2009), yükseköğretimde hangi ölçeğin daha iyi kalite algısını ölçtüğünü öğrenmek amacıyla HEdPERF, Servperf ve HEdPERF-Servperf ölçeklerini karşılaştıran araştırma sonuçları elde etmişlerdir.

Tez altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, giriş bölümüdür. İkinci bölümde, hizmet kalitesi ve ölçümü, üçüncü bölümde, yükseköğretimde kalite ve ölçümü açıklanmıştır. Dördüncü bölüm, yükseköğretim kurumlarında kalite ölçümünde HEdPERF ölçeği literatür taraması kapsamında açıklanmaktadır. Beşinci bölüm, araştırma metodolojisi ve bulguları, son bölümde ise, araştırmanın sonuçları açıklanmış ve bu sonuçlar dikkate alınarak uygulamaya ve gelecekteki çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.

Araştırma literatürde geçerliliği ve güvenirliliği sağlanan HEdPERF ölçeğinin Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin yükseköğretimden algıladıkları hizmetlerin kalitesi sonuçlarının farklı örneklemde çalışılmış olması nedeniyle literatüre ve Niğde Ömer Halisdemir özelinde kalite konusuna ek katkı sağlayabilecek olması yönüyle önem taşımaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

HİZMET KALİTESİ VE ÖLÇÜMÜ

2.1. KALİTE KAVRAMI

Tarihin akışı içerisinde kaliteyle sürekli ilgilenme ihtiyacı hissedilmiştir. Kalite kavramıyla ilgili kayıtların Milattan Önce 2150 yıllarında Hammurabi Yasalarına dayanarak ortaya çıktığı tahmin edilmektedir (Çağlar ve Kılıç, 2011: 1-2). Mısır, Roma, Yunan gibi çeşitli medeniyetler tarafından kullanılan kalite kavramının modern bir kavram olmadığı ve çağlar boyunca kullanıldığı bilinmektedir (Elassy, 2015: 251). Kalite eskiden ortaya çıkmış bir olgu olmasına rağmen, çağımızda insanlar ve kurumların en önem verdiği bir değer haline gelmiştir (Özçakar, 2010: 107). Kalite kavramı mesleki, sosyal, işletme ve iletişim alanlarında yaygın bir şekilde kullanılmakla birlikte, gündelik yaşam ve felsefe gibi birçok alanda da kendisini hissettirmiş bir kavramdır (Anttila ve Jussila, 2017: 252).

Günümüzde işletmeler, pazar şartlarını dikkate alarak rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürürken kalite kavramı; işletmelerin amaçlarının gerçekleştirilmesinde, rekabetin üstesinden gelinmesinde ve tüketicilerin beklentilerinin karşılanacağı özelliklerde ürün ve hizmetlerin sunulmasında stratejik bakımdan önemli bir kavram olarak görülmektedir (Gezgin, 2012: 1-2). Kalite kavramı sade haliyle kullanıldığında en iyi anlamına gelmektedir. Kaliteli ürün kavramı kullanıldığında ise zihinlerde ilk olarak pahalı, üstün özelliklere sahip dayanıklı ürünler çağrışım yapmaktadır (Çelik, 2006: 7).

Kalite kelimesi Latince qualitas anlamına gelmektedir. Qualitas'ın sözlük anlamı incelendiğinde kalite kelimesinin anlamının kullanılmış olduğu nesneye göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu bakış açısı kalitenin nesnelerin doğası içerisinde olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bir nesnenin yapısının değişmeden ya da bu nesnenin başka bir nesne ile yer değiştirmeden o nesnenin kalitesinin değiştirilemeyeceği belirtilmektedir. Örnek verilecek olursa, bazıları suyun kalitesini saf bir su, mikropsuz ve zararlı maddelerden arındırılmış şeklinde görürken, bazıları sudaki yumuşaklığı, kirleri ve yağları temizleme özelliğini ön plana çıkartmakta, bazıları ise makinelerin

soğutulabilmesi için suyun sıcaklık derecesine bağlı olarak soğutma kapasitesini kalitenin bir ölçütü olarak görmektedir (Şenol, 2012: 2-3). Bu nedenle, kalite, bir hizmet veya üründen ne beklenildiğine göre değişiklik gösterebilen, sübjektif bir kavram olarak da değerlendirilebilir. Beklentilerin oluşmasında ise, imaj, marka, reklam, fiyat, ağızdan ağıza iletişim gibi unsurlar ile birlikte, tüketici davranışlarını etkileyen demografik, psikografik ve sosyo-kültürel faktörler de belirleyici olabilmektedir.

Kalite kavramının genel bir terim olması nedeniyle literatürde çok farklı kalite tanımları bulunmaktadır (Bengisu, 2007: 739). Dünya'nın hızlı bir şekilde ilerlemesi ve değişmesiyle birlikte pazarda yoğun bir rekabet ortamının olması, kalite kavramının basit bir şekilde tanımlanmasını engellemiştir. Kalite (Biçer ve Gülmez, 2016: 326; Özdemir, 2013: 4):

- *Dr.J.M. JURAN*'a göre, kullanıma uygunluktur.
- Ş *P.B. CROSBY*'e göre, şartlara uygunluktur.
- *TS-ISO 9005*'e göre, bir ürün ya da hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerin toplamıdır.
- *Japon Sanayi Standartları Komitesi (JIS)*'ne göre, ürün ya da hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketici isteklerine cevap veren bir üretim sistemidir.
- *Amerikan Kalite Denetim Derneği ASQC*'e göre, bir ürün ya da hizmetin belirlenen gereksinimleri karşılayabilmesini sağlayan nitelik ve özelliklerin tümüdür.
- Önlemdir.
- Müşterinin tatminidir.
- Verimliliktir.
- Esnekliktir.
- Etkili olmaktır.
- Bir programa uymaktır.
- Bir süreçtir.
- Bir yatırımdır.
- Kusursuzluk arayışına sistemli bir yaklaşımdır.

Farklı kaynaklarda yapılmış olan bazı kalite tanımları incelendiğinde kalitenin kullanıma uygunluk, tüketicinin zihninde oluşturduğu standartlara uyum ve tüketici ihtiyaçlarının her zaman anında karşılanması şeklinde ifade edildiği görülmektedir (Özgür vd., 2013: 24). Balkul ve Ersoy (2018), kalitenin farklı bilim dallarınca kendi bakış açısına göre tanımlanan bir olgu olduğunu ifade etmiştir (Balkul ve Ersoy, 2018: 202). Müşteri odaklı anlayış (Lemmink, Kasper, 1994: 51) ve kalitenin çok boyutlu olması özelliği de farklı kalite tanımlarının yapılmasına neden olmaktadır (Işıktaş, 2017: 47).

2.2. HİZMET KAVRAMI

Günümüzün küresel rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmesinde kaliteli hizmet sunmaları önemli bir etkendir. Hizmet sektörünün birçok ülkenin ekonomisi içerisindeki yeri ve önemi her geçen gün artmaktadır (Abdullah, 2005: 305). Hizmet sektörü ülkelerin çoğunda ekonomik faaliyetlerin çok büyük bir bölümünü oluşturmakta, büyük bir istihdam kaynağı olarak görülmektedir (Guesalaga, Pitta, 2014: 145). Hizmetler dünya genelinde hızlı bir şekilde büyüme göstererek uluslararası ticaretteki payını dörtte bir oranına yükseltmiştir (Karahan ve Kayabaşı, 2015: 186). Eğitim, sağlık, bankacılık, turizm ve ulaşım gibi alanlarda farklı hizmet sektörleri (Can ve Sezgin, 2016: 52) ve işletmeleri bulunmaktadır.

Hizmet kavramı Avrupalı filozoflar tarafından 17. Yüzyıl sonlarına doğru ve 18. Yüzyılın başlangıcında sistematik bir şekilde incelenmiş, tarımsal çalışmalar dışındaki tüm etkinlikler bu filozoflar tarafından hizmet kapsamı içerisinde değerlendirilmiştir (Sarıışık ve Dikkaya, 2015: 38). Hizmet kavramı genellikle "bir tarafın diğerine sunabileceği, esasen somut olmayan ve hiçbir şeyin mülkiyetiyle sonuçlanmayan herhangi bir faaliyet veya fayda" olarak tanımlanabilir (Kotler ve Armstrong, 2003: 494; akt. Yıldız ve Kara, 2009: 395). Başka araştırmacılar ise hizmet kavramını, insan ya da insan topluluklarının ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla belirlenmiş bir fiyattan satışı gerçekleştirilmeye çalışılan, fayda ve doyum hissi oluşturan, herhangi bir malın mülkiyetiyle sonuçlanmayı zorunlu kılmayan, faaliyetlerin bir bütün olarak soyut bir şekilde yürütülmesidir (Zengin ve Erdal, 2000: 47) kapsamında tanmlamaktadır. Hizmet sektörünün sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde olması, tüm hizmet sektörlerini kapsayacak şekilde hizmet tanımının

yapılmasını zorlaştırmaktadır (Şenel ve Şenel, 2014: 67). Farklı hizmet tanımlarının yapılmasında hizmetin, sosyal ve ekonomik değişikliklere göre farklı şekillerde algılanması etkili olmuştur (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 119).

Hizmetlerin somut ürünlerden farklı olan kendine özgü özelliklerinin birincisi soyutluk, eşzamanlılık (hizmetlerin üretim ve tüketiminin ayrılmazlığı), heterojenlik ve dayanıksızlık gibi karakteristik yapısıdır. İkincisi bu karakteristik özelliklerin getirdiği problemler ve üçüncüsü de hizmet pazarlama problemlerinin somut ürünler için geliştirilen stratejilerden farklı çözümler gerektirmesidir (Zeithaml vd., 1985: 33). Bu farklı problemlere ve çözümlere kalite unsurunun da eklenebileceği açıktır.

Eskiden kalite kavramı yalnızca endüstriye özgü mallara yönelik kullanılırken, günümüzde hizmet sektörü için de bu kavramdan yararlanılmaktadır (Serin ve Aytekin, 2009: 84). İş stratejisinin oluşturulmasında ve pazarlama faaliyetlerinin sürdürülmesinde hizmet kalitesi en güçlü rekabet aracı olarak görülmektedir (Abdullah, 2005: 305). Kalitenin bu gelişimi hizmet sektöründe kaliteye daha çok önem verilmesini sağlarken, (Wang vd., 2003: 74), kalite hem kamu hem de özel sektördeki kuruluşlar için önemli bir kavram haline gelmiştir (Samat vd., 2006: 713).

2.3. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI

Hizmet kalitesi araştırmaları pazarlama literatüründe önemli bir yer edinmiş (Ali vd., 2016: 72), birçok ülkede araştırmacıların ilgisini çekmiştir (Buttle, 1996; Cronin ve Taylor, 1992; Kang ve James, 2004; Parasuraman vd., 1988; Rodrigues vd., 2011; Stefano vd., 2015). Farklı hizmet sektörlerinde yapılan araştırmalarda hizmet kalitesi boyutlarına odaklanılarak araştırmaların yapıldığı görülmektedir (Sultan ve Yin Wong, 2010: 259). 1980 yılından beri işletmelerde kendisini daha da çok hissettirmeye başlayan hizmet kalitesi, kârlılıkla özdeşleştirilmiştir. Hizmet kalitesi müşteri sadakati oluşturulmasında, ürünlerin rekabet avantajı sağlayacak şekilde farklılaştırılmasında, olumlu sözlü geri bildirimlerde bulunulmasında ve satışların tekrarlanmasında önemli bir faktör olarak görülmektedir (Abdullah, 2006b: 71).

Hizmetleri ürünlerden farklılaştıran özellik, müşterileri üretim ve teslimat sürecinin bir parçası haline getirmesidir (Hill, 1995: 11). Müşteriler hizmet sunan firmanın personeliyle karşı karşıya gelerek etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Hizmet

sunum sürecinde, personelin tutum ve davranışları, müşterilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Clemes vd., 2013: 396). Başarılı bir şekilde faaliyetlerini sürdürmek isteyen firma ve kuruluşlar için hizmetlerin kaliteli sunulması bir zorunluluk haline gelmiştir (Shekarchizadeh vd., 2011: 67).

Hizmet kalitesinin genellikle, farklı insanlar tarafından farklı anlamlar ifade eden çok boyutlu bir kavram olduğu kabul edilmektedir (Santos, 2002: 292). Kalitenin özellikle de hizmet kalitesinin farklı boyutları içermesi nedeniyle karmaşık olduğu bilinmektedir (Khalaf ve Khourshed, 2017: 626). Hizmet kalitesi kavramıyla ilgili literatürde birçok tanım bulunmaktadır. Herkesin kabul edebileceği ortak bir hizmet kalitesi tanımı yapılamamaktadır (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 602). Hizmet kalitesinin tanımlanmasında sektöre özgü ve kültürel farklılıklar etkili olmaktadır (Choudhury, 2015: 210). Campos vd. (2017), hizmet kalitesini "müşterilerin bekledikleri hizmet ile algıladıkları hizmet arasındaki kalite boşluğuna dayalı bir fark" şeklinde tanımlarken (Campos vd., 2017: 395), Martínez-Caro vd. (2015) ise hizmet kalitesini "bir hizmet deneyiminin sonucunda kişinin ihtiyaçlarının ya da beklentilerinin karşılanma derecesi" olarak tanımlamıştır (Martínez-Caro vd., 2015: 632). Hizmet kalitesi tanımları incelendiğinde, bu tanımlarda iki farklı özellik görülmektedir. Bazı hizmet tanımlarında müşterilerin ihtiyaçları ön planda tutularak bu ihtiyaçları karşılayabilecek özellikte mal ve hizmetlerin üretiminin yapılması zorunluluğu ortaya çıkmakta ve hizmet kalitesini sadece hizmetten yararlanan müşterilerin belirleyebileceği üzerine vurgu yapılmaktadır. Diğer hizmet kalitesi tanımlarında ise, müşterilerin beklentilerinin karşılanıp karşılanmamasına bağlı olarak, müşteriler tarafından hizmet kalitesinin düşük ya da yüksek seviyede algılanabileceği şeklinde açıklamalar görülmektedir (Koçoğlu, 2012: 287).

Hizmet başarısının kritik bir faktörü olan hizmet kalitesi, firmaların uzun dönemli büyümesinin kilit bir unsurudur. Bunun temel nedeni, hizmet kalitesinin müşterinin onayını güçlendirmesidir ki, ağızdan ağıza iletişim ve tutumsal sadakat üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmasıyla, artan pazar payı ve finansal başarıya yol açar. Bununla birlikte, hizmet kalitesi her zaman objektif değildir ve hizmetlerin değişebilirliği, istikrarsızlığı, ayrışabilirliği ve eşzamanlı üretim ve kullanım özellikleri nedeniyle müşterilerin değerlendirmesi zordur (Khalaf ve Khourshed, 2017: 626). Hizmet

kalitesinin 3P'si olarak adlandırılan üç temel bileşene sahip olduğu ileri sürülmüştür (Haywood-Farmer, 1988: 21):

- Fiziksel Tesisler, Süreçler ve Prosedürler (Physical Facilities, Processes and Procedures):
  Konum, düzen,
  Boyut, dekor,
  Tesis güvenilirliği,
  Süreç akışı, kapasite dengesi, akış kontrolü,
  Süreç esnekliği,
  Dakiklik, hız,
  Sunulan hizmet çeşitliliği,
  İletişim (yazılı, diğer).
- İnsanların Davranışı ve Eğlencesi (People's Behaviour and Conviviality):
  Dakiklik, hız,
  İletişim (sözlü, sözlü olmayan),
  Sıcaklık, samimiyet, incelik, tavır, ses tonu,
  Kıyafet, zariflik, nezaket,
  Dikkat, beklenti,
  Şikayetleri ele almak, sorunları çözmek.
- Mesleki Yargı (Professional Judgement):
  Teşhis,
  Tavsiye, rehberlik, yenilik,
  Dürüstlük, gizlilik,
  Esneklik, sağduyu,
  Bilgi, beceri.

Hizmet kalitesinin bağlı olduğu değişkenlerden birincisi beklenilen hizmet, ikincisi ise algılanan hizmettir (Campos vd. 2017: 395). Beklenilen hizmet, tüketiciler tarafından yaklaşan bir işlem veya değişim sırasında neler olacağına dair yapılan tahminler olarak görülmektedir. Algılanan kalite, bir varlığın genel olarak mükemmelliği veya üstünlüğü hakkındaki tüketici yargıları şeklinde ifade edilmektedir (Rowley, 1997: 7-8). Müşteri tercih ve beklentilerini karşılayan hizmetler yüksek kalitede kabul edilir. Hem beklentiler hem de algılar, zorunlu olarak gerçek olmaktan

ziyade, hizmetlerin deneyimler sonucu zihinde oluşma durumlarıdır (Haywood-Farmer, 1988: 20).

2.3.1. Beklenilen Hizmet Kalitesi

Günümüzde farklı hizmet sektörleri, önemli gördükleri kalitenin, nasıl yönetilmesi gerektiği ile ilgili tüketicilerin beklentilerini aşarak kendilerini rakip işletmelerden farklı kılabilecek şekilde hizmetlerini sunmaya çalışmaktadır (Çiçek, 2020: 34). Tüketiciler, hizmet alım süreçlerinde bu hizmetlerin kendi beklentilerini karşılayabilecek nitelikteki hizmet özelliklerinden oluşmasını talep etmekte ve bu anlayışa beklenen hizmet kalitesi adı verilmektedir (Şirin ve Aksu, 2016: 532). Örneğin, konaklamak amacıyla bir otel işletmesini tercih etmiş bir kişi, otelin odasındaki havlu gibi temizlik malzemelerini kendi beklentilerini karşılayabilecek nitelikteki hizmet özellikleri şeklinde değerlendirmektedir (Efil, 2016: 7). Beklenen hizmet kalitesinin oluşmasında, hizmet sektörünün türü, hizmetten faydalanacak kişinin özellikleri, hizmetin kullanıldığı zaman etkili olmakta ve beklenen hizmet kalitesi anlayışı, değişik faktörlerin etkisi altında tüketicilerin zihninde oluşmaktadır. Bu faktörler işletmeyle tüketici arasındaki dışsal iletişimden, tüketiciler arasında meydana gelen kulaktan kulağa iletişimden, işletmenin tüketicinin zihninde oluşturduğu imajdan, tüketicilerin kişisel ihtiyaçları ve daha önceki yıllarda edinmiş olduğu deneyimlerden oluşmaktadır (Akın, 2019: 33).

Hizmet kalitesinin sağlanmasında tüketicilerin beklentilerinin öğrenilmesi önem arz etmektedir. Hizmet kalitesini yönetmek isteyen işletmeler, tüketicilerin beklentilerinin zaman içerisinde nasıl geliştiğini de incelemelidir (Hill, 1995: 12). Hizmet kalitesinin ölçülmesi sonucunda, tüketicilerin bekledikleri hizmetlerin kalitesi ile algıladıkları hizmetlerin kalitesinin eşit olması; tüketicilere kaliteli hizmetlerin yeterli sunulduğu anlamına gelmektedir. Tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesi bekledikleri hizmetlerin kalitesinden düşük çıkması halinde; işletmelerin sunduğu hizmetlerin kalitesinin düşük olduğu ve tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesi bekledikleri hizmetlerin kalitesinden yüksek çıkması halinde ise işletmelerin sunduğu hizmetlerin kalitesinin yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır (Çetin ve Kuzucu, 2019: 511). Tüketicilerin beklentileri, hizmet kalitesi sonucunda ortaya çıkan memnuniyet düzeylerinin ayrılmaz bir bileşeni görülmektedir (Yıldız ve Kara, 2009:

396). Rafik ve Priyono (2018) tüketicilerin beklenti ve hizmet kalitesi algılarının tüketici memnuniyeti için bir temel oluşturduğunu ifade etmiştir (Rafik ve Priyono, 2018: 1415).

2.3.2. Algılanan Hizmet Kalitesi

Hizmet sektöründe iç ve dış müşterilere kaliteli hizmet sunulmaya ve rekabet avantajı elde edilmeye çalışılmaktadır. Hizmet işletmelerinin sayısının son zamanlarda hızlı bir şekilde yükselişe geçmesi, pazarların genişleyerek rekabetin artması, tüketicilerin bilinçli tüketici haline gelmesini hızlandırmıştır (Yeo ve Li, 2014: 96). Hizmet kalitesi modellerinin, kalite boyutlarıyla ilgili değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koyması nedeniyle anlaşılması önemli olmakla birlikte, algılanan hizmet kalitesinin tanımlanmasında da ilk şart olarak görülmektedir (Pai ve Chary, 2016: 302). Algılanan hizmet kalitesi modelleri, beklenen hizmet ve algılanan hizmet değişkenlerine bağımlı hale gelmiştir (McIntosh, 2017: 37).

Algılanan hizmet kalitesi kavramı ilk defa Grönroos tarafından 1982 yılında literatüre kazandırılmıştır (Zhao ve Tan, 2006: 621). Algılanan hizmet kalitesinin, müşterilerin hizmetle ilgili önceki beklentileri ile gerçek deneyimlerden sonraki algıları arasındaki karşılaştırmanın bir sonucu olduğu açıklanmaktadır (Ganguli ve Roy, 2010: 405; Katia ve Annmarie, 2018: 162). Tüketicilerin beklentilerini karşılayacak şekilde hizmetlerin sunulması, algılanan hizmet kalitesinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Şengel, Tokay Argan ve Argan, 2008: 150). Algılanan hizmet kalitesinin yüksek olması, tüketicinin güven duygusunu olumlu yönde etkileyerek, tüketici hizmet aldığı kurumu başkasına tavsiye edebilmekte ve olumlu davranışsal niyetler şeklinde bir tutum sergileyebilmektedir (Kurulgan ve Bayram, 2018: 380). Dlačić vd. (2014) algılanan hizmet kalitesinin tüketicinin algıladığı değeri etkilediğini ifade etmiştir (Dlačić vd., 2014: 145).

Algılanan hizmet kalitesi ölçeklerinin boyutları sektörden sektöre ve zamana göre değişiklik gösterebilmektedir. Tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri algılanan hizmet kalitesi boyutlarını etkileyebilmektedir. Algılanan hizmet kalitesiyle davranışsal niyetler, pozitif yönde birbirleriyle güçlü bir ilişkiye sahip olabilmektedir (Akın, 2019: 57). Hizmetlerin tüketicilerin beklentilerini karşılaması ya da beklentilerinin üzerinde

sunulabilmesi için hizmetlerin algılanmasında rol oynayan faktörlerin ya da kalite boyutlarının anlaşılmasının önemi büyüktür (Zaid, 1995: 25). Hizmet sektörlerinde kaliteli hizmet sunma bilincinin gelişmesi hizmet kalitesinin ölçülmesi gerektiğine yönelik ihtiyaçları artırmış ve bu durum hizmet kalitesi ölçüm modellerinin gelişmesini sağlamıştır (Rodrigues vd., 2011: 630).

2.4. HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNDE KULLANILAN MODELLER

Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla literatürde farklı hizmet kalitesi ölçüm modelleri bulunmaktadır (Mahmoud ve Khalifa, 2015: 344). Araştırmacıların hizmet kalitesine olan ilgisinin artması, çeşitli hizmet kalitesi ölçüm araçlarının geliştirilmesini sağlamıştır (Muhammad vd., 2018: 166). Literatürde Grönroos, Servqual, servperf, perakende hizmet kalitesi, hiyerarşik çok boyutlu hizmet kalitesi modeli gibi birçok hizmet kalitesi ölçüm araçları bulunmaktadır (Kazançoğlu, 2011: 134). Literatürde bu ölçeklere ilaveten toplam kalite endeksi, kritik olaylar yöntemi, hizmet barometresi, istatistiksel yöntemler, benchmarking, grup mülakat yöntemi ve HEdPERF ölçeği gibi ölçekler de yer almaktadır (Başak ve Gökçen, 2016: 52).

Servqual ve Servperf modelleri iki temel hizmet kalitesi ölçüm modeli olarak görülmektedir (Brochado, 2009: 176). En yaygın kullanılan hizmet kalitesi ölçüm modeli Servqual modelidir (Mahmoud ve Khalifa, 2015: 344). Servqual modeli güvenilirlik, duyarlılık, güvence, empati ve somut unsurlar hizmet kalitesi boyutlarından oluşmaktadır (Trivellas ve Dargenidou, 2009: 295). Servqual modelinde algılanan hizmet kalitesi, beklentilerle karşılaştırılarak tüketicilerin hizmet kalitesi algıları öğrenilmeye çalışılmaktadır (Abdullah, 2006b: 72). Hizmet kalitesi ölçümlerinde Servqual ölçeğinin metodolojisi izlenerek birçok hizmet kalitesi ölçüm modeli ortaya çıkmıştır. Performansa dayalı ölçek olan Servperf ölçeği, Servqual ölçeğinden etkilenerek ortaya çıkmış yaygın kullanılan ölçeklerden birisidir (Sultan ve Yin Wong, 2010: 261-262).

Hizmet sektöründeki gelişmelere paralel olarak hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla birçok hizmet kalitesi modeli ortaya çıkmış olmakla birlikte, Grönroos'un geliştirmiş olduğu hizmet kalitesi modeli, Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin literatüre kazandırdığı Servqual Modeli, Servqual modelinin eksikliklerini gidermek amacıyla Cronin ve Taylor tarafından geliştirilen Servperf modeli en çok bilinen hizmet

kalitesi modelleridir (Dursun vd., 2014: 97). Değişik hizmet türlerinde algılanan kalitenin ölçülebilmesinde farklı hizmet kalitesi ölçekleri geliştirilmiştir (Cengiz ve Kırkbir, 2007: 272). Hizmet kalitesi ölçüm modellerinden en çok bilinen ve kullanılanlarına aşağıda yer verilmiştir.

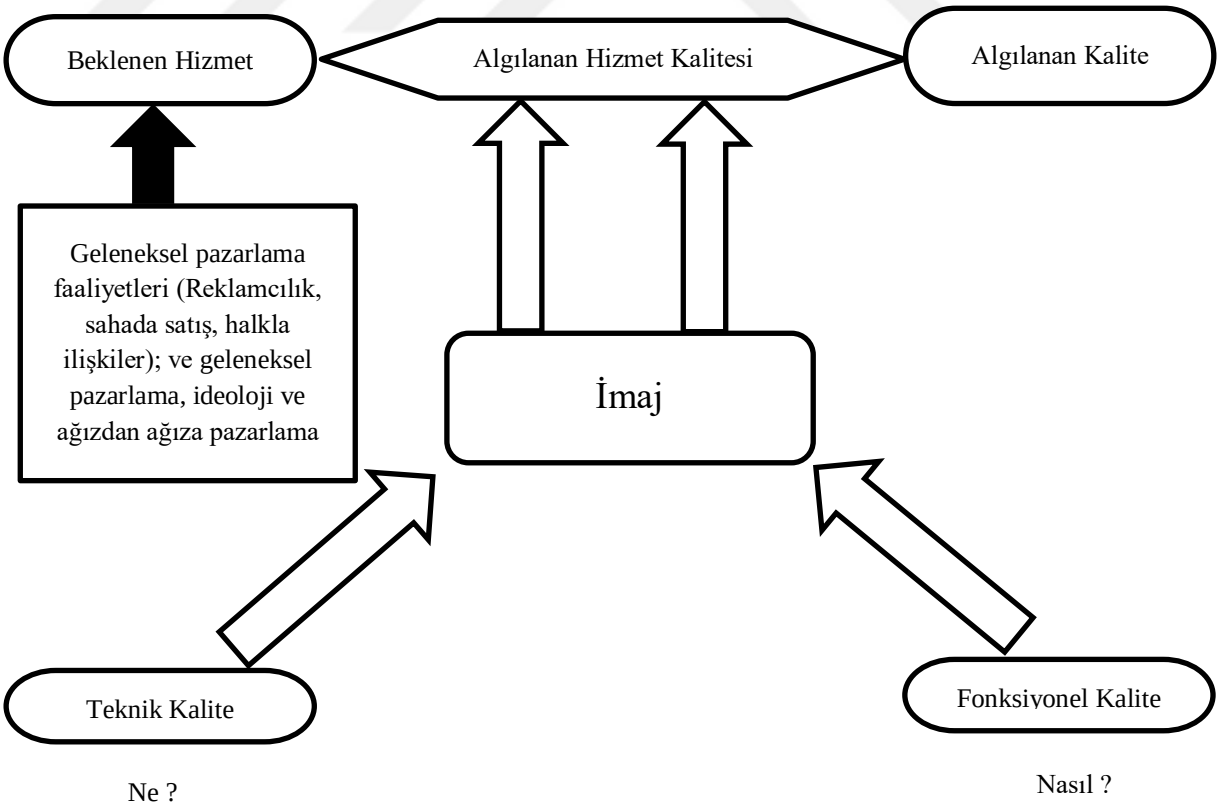
2.4.1. Grönroos Modeli

Hizmet yönetimi ve pazarlama modellerinin geliştirilmesinde, tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarının öğrenilmesi gerekmektedir. Hizmet kalitesi kavram ve modellerinin başarılı bir şekilde uygulanmasında hizmet kalitesini oluşturan bileşenlerin belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Hizmet sunan şirketlerin müşterilerle ilişkilerini sürdürürken, bu ilişkilerinde neleri değerlendiklerinin bilinmesi önem arz etmektedir. Literatür incelendiğinde, hizmet pazarlamasına yönelik bilimsel makale, araştırma raporları ve kitaplar gibi yayınların olduğu görülmektedir. Bu yayınlar, tüketicilerin algıladıkları ve değerlendirdikleri hizmet kalitesinde bir model niteliği taşımamaktadır. Hizmet kalitesinin tüketiciler tarafından nasıl algılandığını öğrenebilmek için bir hizmet kalitesi modelinin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaçla Grönroos 1984 yılında hizmet kalitesi ölçüsünü geliştirmek amacıyla nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirdiği araştırmasında (Grönroos, 1984: 36), Grönroos Modeli olarak bilinen hizmet kalitesi ölçüm modelini geliştirmiştir (Kalkan vd., 2016:64-65 ; Grönroos, 1984).

Tüketici, yalnızca hizmet sunum sürecinin sonunda elde ettiği hizmet kalitesini değerlendirmemekte, aynı zamanda hizmet sunum sürecinde aldıkları hizmetlerin kalitesini de değerlendirmektedir. Bu nedenle hizmet kalitesi, Grönroos (1984) tarafından, teknik ve fonksiyonel kalite şeklinde iki boyutta değerlendirilmiştir. Müşteri ya da tüketicilerin, faydalanmış oldukları hizmetler sonucundaki algılamaları teknik kaliteyi, faydalandıkları hizmetlerin sunuluş biçimleri ise fonksiyonel kalite kavramını açıklamaktadır. Teknik ve fonksiyonel kalite, imaj kalitesini ortaya çıkartmaktadır. İmaj kalitesi ise algılanan hizmet kalitesi ile aynı anlama gelmektedir (Caner ve Külcü, 2016: 26; Grönroos, 1984: 39). Grönroos (1984), tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin ölçülmesinde teknik kalitenin tek başına yeterli olmadığını, hizmetlerin tüketicilerle karşılıklı etkileşim içerisinde yürütülmesinden dolayı fonksiyonel kalitenin de hesaba katılması gerektiğini belirtmiştir (Grönroos, 1984: 39). Örnek

verilecek olursa, havayolunu kullanmak isteyen bir yolcu, havayolu şirketinin çalışan personelleriyle ve diğer yolcularla iletişim kurabilmektedir. Yolculuk esnasında yolcu, koltuktan, yemek hizmetinden, fiziksel ve teknik gibi hizmetlerden faydalanabilmektedir. Yolcunun uçmadan önce, uçuş esnası ve uçuş sonrası gibi hizmet alım süreçlerinden geçmesi, hizmete yönelik algısı ve değerlendirmesini etkilemektedir. Başka bir örnek vermek gerekirse, bir banka, tüketicinin işlerini otomatik makine gibi makinelerle teknik anlamda çok iyi yönetebilir. Bankanın tüketicilere hizmet odaklı yaklaşmaması, yalnızca makinelerin tüketicilerin memnun edilmesinde bir araç gibi görülmesi tüketicilerin sunulan hizmetlerden mutsuz kalmasına neden olabilmektedir. Bu yüzden, bankadaki veznedarın ya da müşterilerle iletişim kuran müdürlerin tavır ve tutumları tüketicilerin memnun edilmesinde daha fazla etkilidir. Sağlık, ulaşım, nakliye, otel, restaurant, bakım ve onarım gibi hizmet sektörlerinde de tüketicilerin algılayacakları hizmet kalitesinde banka örneğinde ifade edilen benzer durumlar söz konusu olabilmektedir (Grönroos, 1984: 38). Şekil 2.1' de Grönroos hizmet kalitesi modeli açıklanmaktadır.

Şekil 2.1: Grönroos Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Grönroos, 1984: 40

Tüketicilerin firmayı nasıl algıladıklarının bir sonucu olarak ortaya çıkan imaj boyutunu, teknik kalite ve fonksiyonel kalitenin yanında başka faktörler de etkileyebilmektedir. İmaj boyutu üzerindeki etkileri daha düşük olan diğer faktörler reklam, halkla ilişkiler, fiyatlandırma, ideoloji, ağızdan ağıza pazarlama, gelenek gibi kavramlarla açıklanabilmektedir (Grönroos, 1984: 39). Organizasyon hakkında bilgi sahibi olan tüketicilerin beklentilerini bu faktörler etkileyebilmektedir. Hizmet sunan işletmeler, hedef kitlelerindeki tüketicilere imajları hakkında bilgi verebilmek için imaj reklamcılığı olarak adlandırılan geleneksel pazarlama faaliyetlerini yerine getirerek etkili tanıtım yapmaya çalışmaktadır. Tüketicilerin işletmelere yönelik imaj algılamaları gerçekle uyuşmayan bir imaj ise, geleneksel pazarlama faaliyetleri kullanılarak bu yanlış imaj algısı giderilmeye çalışılmaktadır. Geleneksel olarak yürütülmeye çalışılan pazarlama faaliyetleri, tüketicilerin beklentilerini etkileyebilmektedir. Hizmetin teknik ya da fonksiyonel kalitesi hakkında bilgi vermek amacıyla yapılan reklam kampanyalarında tüketiciler, işletmenin sunmuş olduğu hizmetleri gerçekte sunulan hizmetlerden daha da yüksek kalitede algılayabilmektedir. Bu durum tüketicilerin beklenilen hizmet kalitesi algılarının artmasına neden olabilmektedir. Bu yüzden, reklam kampanyaları yapılırken, teknik kalite ve fonksiyonel kalite abartılmadan tüketiciler bilgilendirilmelidir. Aksi takdirde, abartılı yapılan reklam kampanyaları, işletmenin imajını olumsuz yönde etkileyerek tüketicilerin beklentilerinin artmasına neden olacaktır. Bu durum göz önünde bulundurularak geleneksel pazarlama faaliyetleri ya da reklam kampanyaları yapılırken abartılı reklamların yapılmasından kaçınılmalıdır. Abartılı bir şekilde yapılmış olan reklamlar, işletmenin imajının zedelenmesine, hayal kırıklığına uğramış tüketici kitlelerinin oluşmasına neden olabilmektedir. İşletme hakkında olumlu imaj edinen tüketici, işletmenin yapacağı ufak tefek hataları görmezden gelecektir. Bu hataların tekrarlanması durumunda işletmenin olumlu imajı zedelenecektir. Tüketicinin işletmenin imajını zayıf görmesi durumunda, meydana gelebilecek herhangi bir hata sonucunda tüketici, bu hatayı abartacaktır. Bu durum, imajın algılanan kalitede bir süzgeç görevi üstlendiğini ortaya koyabilmektedir (Gürbüz ve Ergülen, 2006: 179). Örneğin, bir tüketici, kaliteli bildiği bir restorana gittiği zaman, yediği yemek mükemmel kalitede olmadığında ya da garson rahatsız edici davranışlar sergilediğinde, tüketicinin işletmeye karşı olumlu imajının olması nedeniyle sunulan hizmetleri tatmin edici bulabilmektedir. Ancak, tüketicinin birçok kez aynı olumsuz hizmet sunumlarıyla karşılaşması durumunda, restoranın imajı olumsuz yönde etkilenecektir. Bu durum

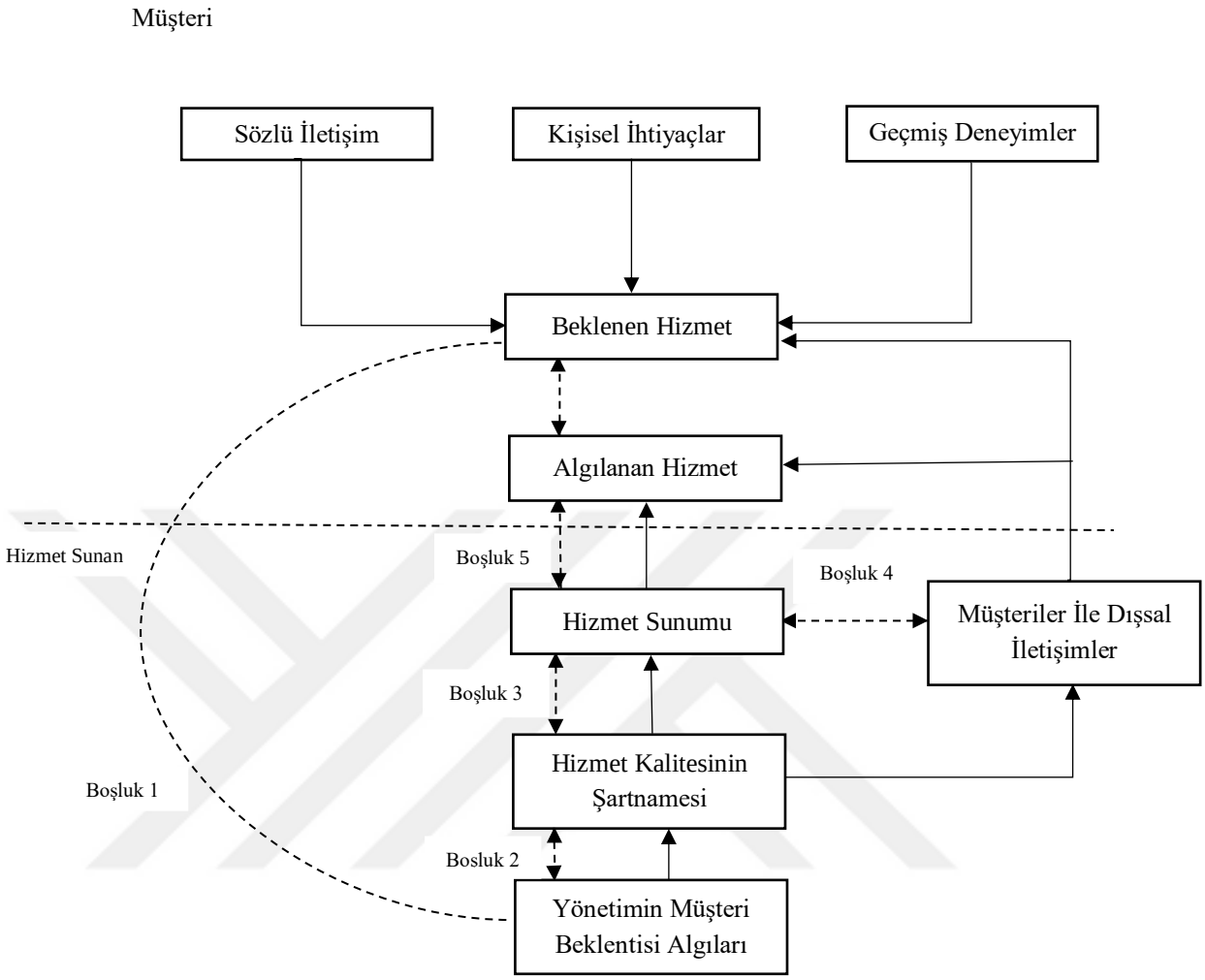
tüketicinin hizmet kalitesini olumsuz yönde algılamasına neden olacaktır (Grönroos, 1984: 40).

2.4.2. Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli

Kalite kavramının tanımlanması ve ölçülmesi amacıyla yapılan çalışmalar ürün sektöründen etkilenerek ortaya çıkmıştır. Ürünlere yönelik kalite kavramı pazarlamacılar tarafından tanımlanmış ve ürünlerin kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır. 1980'li yıllara gelindiğinde, yeterli düzeyde tanımlanmayan ve araştırılmayan hizmet kalitesi kavramı artık pazarlamacıların dikkatini çekmeye başlamıştır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 41). Hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla keşifsel araştırma sonucunda, gap model olarak bilinen, boşluk ya da fark modeli ortaya çıkmış ve bu model kavramsal hizmet kalitesi modeli olarak adlandırılmıştır. 1985 yılında geliştirilen bu modelin ortaya çıkarılmasında odak grup yöntemi uygulanmış ve derinlemesine mülakatlar yapılmıştır (Kalkan vd., 2016: 65). Keşfedici nitel araştırma yapılmasının nedeni, hizmet kalitesiyle ilgili literatürde yeterli araştırmanın yokluğudur. Görüşmelerde, tüketici ve pazarlamacıların hizmet kalitesi algılarının öğrenilmesi amacıyla genel bir model geliştirilebilir mi, tüketicilerin hizmetlerde kalitenin temel özelliklerini algılayış biçimleri nasıl gibi sorulara cevaplar aranmaya çalışılmıştır. Araştırma bireysel bankacılık, ürün tamir ve bakımı, menkul kıymetler ve kredi kartı sektörüne odaklanılarak yapılmıştır. Bu dört alanda faaliyet gösteren şirketler, ulusal olarak tanınmış şirketlerdir. Her şirketten üç ya da dört yöneticisiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yöneticilerin üst yönetim, pazarlama ve müşteri ilişkileri gibi unvanlarda çalışan kişiler içerisinden seçilmesinin nedeni olarak bu alanlarda yöneticilik yapan kişilerin hizmet kalitesini etkileyebilecekleri gösterilmiştir (Parasuraman vd., 1985: 43).

Bu modelin boşluk modeli olarak adlandırılmasının nedeni, işletmelerin hizmetlerini en iyi şekilde sunabilmeleri için tüketicilerin beklenti ve algıları arasındaki boşluğun kapatılmasına yönelik vurgular yapılmakta olmasındandır (Đonlagić ve Fazlić, 2015: 44-45). Şekil 2.2'de kavramsal hizmet kalitesi modeli açıklanmaktadır.

Şekil 2.2: Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Parasuraman vd., 1985: 44

Kavramsal hizmet kalitesi modelinin içerisinde hizmet kalitesinin ortaya çıkarılması amacıyla beş tane ana fark yer almakta; ilk dört farkı, hizmet sağlayıcıları ilgilendirirken, beşinci fark hizmetten faydalanan tüketicileri ilgilendirmektedir (Kalkan vd., 2016: 65). Boşluk ya da fark modeli, aşağıda açıklanan, beş boşluktan oluşmaktadır (Ene ve Tatar, 2012: 101; Parasuraman vd., 1985: 44-46; Yousapronpaiboon, 2014: 1089):

Birinci Fark (Bilgi Boşluğu)

Hizmetten faydalanan kişilerin beklentileriyle hizmeti sunanların hizmetten faydalanan kişilerin beklentilerini algılayışları arasında meydana gelen boşluk ya da fark.

İkinci Fark (Politika Boşluğu)

Yönetimin tüketicilerin beklentilerini algılaması ve algılanan beklentilerin hizmet kalitesi özelliklerine dönüştürülmesi arasında meydana gelen boşluk ya da fark.

Üçüncü Fark (Dağıtım Boşluğu)

Tüketicilerin algılamalarının işletme tarafından hizmet kalite özelliklerine dönüştürülmesi ve hizmet sunum sonucunda teslimatta meydana gelen boşluk ya da fark.

Dördüncü Fark (İletişim Boşluğu)

Hizmet sunum sürecinde hizmetin sunuluş şekli ile tüketicilerle kurulan iletişim sonucunda meydana gelen boşluk ya da fark.

Beşinci Fark (Algılanan Hizmet Kalitesi Boşluğu)

Tüketicilere sunulan hizmetlerin sonucunda tüketicinin algıladığı hizmetle beklediği hizmet arasında meydana gelen boşluk ya da fark.

Danjuma vd. (2018) hizmet kalitesi ölçümü sonucunda ortaya çıkan boşlukların işletme yöneticilerine faydalı bilgiler sağlayıp yöneticilere rehberlik yapacağını; hizmetlerin sunulmasında meydana gelen aksaklıkları ortaya çıkarıp bu aksaklıkların giderilmesine yönelik hizmet alanları ve performanslarının iyileştirilebileceğini ifade

etmiştir (Danjuma vd., 2018: 129). Parasuraman vd. (1985) hizmet kalitesinin on boyutunu açıklamışlardır (Parasuraman vd., 1985: 47):

- *Güvenilirlik:* Hizmet sunumunun düzgün ve güvenilir bir şekilde verilmiş olan sözler doğrultusunda performans tutarlılığını sağlayacak şekilde ilk seferde doğru gerçekleştirilmesidir. Faturalandırmanın doğru yapılması, kayıtların düzgün tutulması, gibi unsurları içermektedir.
- *Duyarlılık (Karşılık Vermek):* Hizmet sunanların tüketicilerin beklentilerini zamanında karşılamaları ve hizmet sunum sürecinde tüketicilere yardımcı olmak istemeleridir. Randevuların hızlı bir şekilde alınması, tüketicilere hızlı bir şekilde cevap verme gibi unsurları içermektedir.
- *Yeterlilik:* Hizmet sunan personelin yeterli bilgi, birikim ve beceriye sahip olmasıdır. Tüketiciyle iletişim kuran personelle destek hizmetleri personelinin bilgi ve beceriye sahip olması gibi unsurları içermektedir.
- *Erişebilirlik:* Hizmet sunan personelin erişebilir ve iyi iletişim kurulabilmesidir. Hizmetlerin uygun saatlerde sunularak tüketicilerin bekleme süresinin en aza indirilmesi ve hizmetlere kolaylıkla ulaşılmasıdır. Tüketicilerin hizmet sunan işletmeye telefonla kolay bir şekilde ulaşabilmesi, telefon hatlarının meşgul olmaması, tüketicilerin çağrı hattında beklemeye alınmaması, hizmet sunumunu gerçekleştiren kuruluşun tesisinin elverişli konumda olması gibi unsurları içermektedir.
- *Nezaket:* Hizmet sunan personelin, içten ve samimi davranışlarla tüketicinin zihninde dost, saygın ve kibar bir kişi olarak yer edinmesidir. Örneğin, halının üstünde çamurlu ayakkabı olmaması, halkla ilişki içerisinde olan personelin temiz ve düzgün görünümlü olması gibi unsurları içermektedir.
- *İletişim:* Hizmet sunan personelin, tüketici davranışlarını iyi analiz ederek sunulacak hizmetlerle ilgili bilgilerin anlama seviyelerine uygun bir şekilde aktarılması ve iyi bir dinleyici olmasıdır. Şirketten hizmet alan farklı tüketiciler için kullanılacak dilin özenle seçilmesi, hizmet hakkında ve hizmetin maliyeti hakkında bilgi verilmesi, tüketiciye bir sorunun giderilmesine yönelik güvence verilmesi gibi unsurları içermektedir.
- *İtibar:* İşletmenin sunmuş olduğu hizmetler sonucu tüketicilerin zihninde dürüst, güvenilir, tüketici çıkarlarını koruyan şekilde algılanmasıdır. İşletmenin

itibarını hizmet sektöründe yapmış olduğu ünü, adı, çalışan personelin bilgi, birikim ve yetenekleri oluşturmaktadır.

- *Güvenlik:* Tüketicilerin işletmenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik şüphe duygusunun ortadan kalkması, işletme faaliyetlerinin tehlike ve risk algısından uzak bir şekilde sürdürüldüğünün hissettirilmesidir. İşletmenin fiziki ve mali güvenliği ile hizmetlerden yararlanan tüketicilerin işletme içerisindeki paylaştıkları kişisel bilgilerin mahremiyeti, bu güvenlik unsurları içerisinde yer almaktadır. Örneğin, tüketicinin otomatik para çekme makinesinden para çekerken soyulup soyulmama gibi endişesinin olması, şirketin tüketiciyle gizlilik içerisinde bir ilişki içerisinde bulunup bulunmadığı, tüketicinin hisse senedi sertifikasının şirket tarafından öğrenilip öğrenilmemesi gibi mali güvenlik bilgisini içeren unsurlardan oluşmaktadır.
- *Müşteriyi bilmek ve anlamak:* Tüketicilerin ihtiyaçlarını ortaya çıkarabilmek ve tüketiciyi daha da iyi tanıyabilmek için çaba göstermeyi içermektedir. Tüketicilerin özel ihtiyaçlarına odaklanabilme ve hizmetlerin kişiselleştirilmiş bir şekilde sunulması gibi unsurları içermektedir.
- *Fiziksel varlıklar:* Hizmet kalitesinin fiziksel bir kanıt olarak gösterildiği tesislerden, görev yapan personelin ve hizmetten faydalanan diğer müşterilerin dış görünüşünden, hizmet sunum sürecinde kullanılan araç, gereç ve donanım gibi somut unsurlardan oluşmaktadır.

İşletmeler, hizmetin soyut olması nedeniyle, tüketicilerin hizmetleri nasıl algıladıklarını öğrenmek istediklerinde zorluklar yaşayabilir. Tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin öğrenilmesi sayesinde işletmeler, sunmuş oldukları hizmetleri gözden geçirerek gerekli iyileştirmeleri yaparak hizmetlerin kalitesini istenen yönde değiştirebilmektedir (Parasuraman vd., 1985: 42). Hizmet işletmelerinin sunduğu hizmetlerin arzu edilen kalite düzeylerine ulaşmasında, yalnızca tüketicilerin beklentilerinin doğru bir şekilde algılanması yetersiz kalmakta, bu beklentilerin hizmet standartlarına dönüştürülmesi gerekmektedir. Kaliteli hizmet sunulmasında hizmet standartlarının uygulanması tek başına yeterli değildir. Tüketiciler hizmet şartnamelerinde yazılı olan hizmetlerle kendilerine sunulan hizmetleri karşılaştırmakta ve bu duruma hizmet performansı boşluğu denilmektedir. Hizmet performansı boşluğunun oluşmasının nedeni, personelin hizmeti isteksiz ve yeterli düzeyde

sunamamasından kaynaklanmaktadır (Altan ve Ediz, 2016: 703). Tüm hizmet alanları için genelleme yapmak amacıyla hizmet kalitesi boyutlarının sayısı on boyuttan beş temel boyuta indirgenerek Servqual hizmet kalitesi ölçüm modeli geliştirilmiştir (Tokay Argan, 2009: 4; Gürbüz ve Ergülen, 2006: 177).

2.4.3. Servqual Modeli

Hizmetlere özgü soyutluk, heterojenlik, üretim ve tüketimin ayrılmazlığı özellikleri hizmet kalitesinin anlaşılmasını ve ölçülmesini zorlaştırmaktadır. Hizmet kalitesi nesnel ölçütlerle ölçülemediğinden tüketicilerin kalite algılamaları öğrenilmeye çalışılarak hizmet kalitesi ölçüm sorunları giderilmeye çalışılmaktadır (Parasuraman vd., 1988: 13). Servqual ölçeği, tüketicilerin hizmet kalitesi beklentileriyle algılarının iyi bir şekilde öğrenilmesinde, aksayan hizmet kalitesinin ortaya çıkartılarak iyileştirilmesinde, güvenilirlik ve geçerliliği olan beş boyutlu 22 maddeden oluşan bir ölçektir. Farklı hizmet sektörlerine uyarlanacak şekilde, tüketicilerin beklenti ve algılarının öğrenilmesi temelinde tasarlanmış bir ölçektir (Parasuraman vd., 1988: 30-31). Bu ölçek pazarlama sektöründe geliştirilmiş olmasına rağmen bilgi işlem, kütüphane gibi farklı hizmet sektörlerinde uygulama alanı bulmuş (Landrum vd., 2009: 18-19), kamu, eğitim, sağlık, bankacılık, perakende satış, nakliye, oto tamiri, profesyonel hizmet sunan işletmeler tarafından test edilmiş ve kullanılmıştır (Çerri, 2012: 666). Servqual ölçeği farklı hizmet sektörlerinde algılanan hizmet kalitesini değerlendirmek için en fazla kullanılan bir hizmet kalitesi modeli olmaya devam etmektedir (Palese ve Usai, 2018: 134).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1988 yılında bankacılık, kredi kartı, bakım ve onarım, sigorta ve menkul kıymetler alanında yapmış oldukları araştırmalarının sonucunda elde ettikleri bulgular doğrultusunda hizmet kalitesi boyutlarını azaltarak beş boyuta indirgemişler (Kazançoğlu, 2011: 135), bu beş boyutta yer alan ifadelerde tüketicilerin hizmet kalitesi beklentileri ve işletmenin performansı değerlendirilmiştir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 605; Mauri vd., 2017: 340). Bir işletmenin genel olarak mükemmelliği ve üstünlüğü hakkındaki yargısı olan algılanan kalite nesnel kaliteden farklı, memnuniyet kavramı ile ilişkili ancak, memnuniyet kavramından farklı bir kavramdır. Algılanan kalite, bir tutum biçimi şeklinde görülmekte, tüketicilerin beklentilerinin işletmenin sunmuş olduğu hizmetlerin performans algılarıyla

karşılaştırılarak ortaya çıkmaktadır (Parasuraman vd., 1988:15). Servqual modelinde tüketicilerin beklenti ve algıları arasındaki boşlukları belirleyen ana boyutlar aşağıda açıklanmaktadır (Đonlagić ve Fazlić, 2015: 44; Parasuraman vd., 1988: 23):

- *Güvenilirlik:* İşletmenin tüketicilere vaat ettikleri hizmetlerin doğru ve güvenilir şekilde sunulması ve gerçekleştirilmesi yeteneğini ifade etmektedir.
- *Duyarlılık (Yanıt Verme):* Tüketicilere yardım etme ve hızlı hizmet sunma isteğini ifade etmektedir.
- *Dokunulur Olma (Fiziksel Varlıklar-Somut Unsurlar):* Hizmet sunumunun gerçekleştirildiği ortamlar, fiziksel tesisler, araç ve gereçler ile hizmeti sunan personelin dış görüntüsü fiziksel varlıkları ya da diğer bir ifadeyle somut unsurları oluşturmaktadır.
- *Güvence:* Hizmet sunan personelin bilgisi ve kibarlığı ile tüketicilerin zihninde güvenilir bir personel olarak yer edinebilme yeteneğidir.
- *Empati:* İşletmenin özen ve ilgisi ile hizmetlerin kişiselleştirilmiş bir şekilde tüketicilere sunulması anlamına gelmektedir.

Servqual ölçeği, yukarıda görüldüğü gibi, beş ayrı boyuttan oluşmaktadır. Ancak, 1985 yılında kavramsallaştırılmış hizmet kalitesi modelindeki 10 tane boyutun tüm yönlerini kapsamaktadır. Yedi tane orijinal boyut olan güvenilirlik, güvenlik, erişilebilirlik, nezaket, yeterlilik, müşteriyi bilmek ve anlamak boyutlarıyla iletişim boyutu, güvence ve empati boyutları içerisinde temsil edilmiştir (Parasuraman vd., 1988: 23-24). Servqual ölçeğinde hizmet kalitesi boyutlarını açıklayacak şekilde ikişer bölümden oluşan ve her bir bölümde sorulan 22 tane soru tüketicilerin beklenti ve algılarının öğrenilebilmesi amacıyla hazırlanmıştır. İlk 22 soruda yer alan ifadelerde tüketicilerin hizmet almayı düşündükleri hizmet sektörüne yönelik işletmenin ismi verilmeden sorular sorulmakta ve tüketicilerin beklentileri ölçülmektedir. Ölçeğin ikinci bölümündeki 22 soruda yer alan ifadelere ilişkin hizmeti sunan işletmenin ismi verilerek tüketicilerin o işletmeden almış olduğu hizmet ve deneyimlerin kalitesi ölçülmektedir. Ölçeği cevaplandıracak kişilerin hizmeti bu işletmeden ve aynı işi yapan diğer işletmelerden alarak deneyim sahibi olan kişiler içerisinden seçilmelerine dikkat edilmesi gerekmektedir (Çırpın ve Kurt, 2016: 89; Parasuraman vd., 1988: 38-40). Ölçeğin 22 maddesindeki yargılar incelendiğinde 1 ile 4 arasındaki ifadeler hizmetin dokunulabilirlik; 5 ile 9 arasındaki ifadeler hizmetin güvenilirlik; 10 ile 13 arasındaki

ifadeler hizmetin yanıt verme; 14 ile 17 arasındaki ifadeler hizmetin güvence ve 18 ile 22 arasındaki ifadeler ise hizmetin empati boyutunu oluşturmaktadır (Gürbüz, 2005: 102; Parasuraman vd., 1988: 38-40).

Servqual ölçeğini cevaplandıran kişilerin verdikleri cevaplar incelenerek kalite boyutlarının her biri için beklenen hizmet puanının ve algılanan hizmet puanının ortalaması hesaplanmaktadır. Bu değerler dikkate alınarak algı-beklenti sonuçları değerlendirilmektedir. Sonucun sıfıra eşit olması beklentilerin karşılandığını, sonucun pozitif bir değer olması beklentilerin aşıldığını, diğer bir ifadeyle tüketicilerin sunulan hizmetlerden çok memnun olduğunu, sonucun negatif çıkması ise negatif çıkan kalite boyutunun tüketici beklentilerini karşılamadığını göstermektedir. Tüm kalite boyutlarının her biri için hesaplanmış olan beklenti ve algı değerleri dikkate alınarak boyutların hepsini kapsayacak şekilde, Servqual skor adı verilen, sadece bir tane algı-beklenti değeri elde edilmektedir. Servqual skoruna ilave olarak müşteri memnuniyetinin hizmet kalitesi boyutundan nasıl etkilendiğinin hesabı yapılmaktadır. Bu etki dereceleri gözönünde bulundurularak hizmet kalitesi boyutları tüketicilerin daha fazla memnun olmalarını sağlayacak şekilde iyileştirilebilmekte, böylece istenilen amaçlara ulaşılabilmektedir. Hizmet sektöründe faaliyetlerini sürdüren işletmeler elde ettikleri Servqual skorlarını rakip işletmelerin skorlarıyla karşılaştırarak kendi faaliyetlerini analiz edebilmektedir (Çırpın ve Kurt, 2016: 90).

2.4.4. Servperf Modeli

Servperf modeli, Servqual modeline alternatif olarak Cronin ve Taylor tarafından 1992 yılında geliştirilmiştir. Servperf modeli, hizmet kalitesinin ölçülmesinde Servqual modelinin ortaya çıkardığı bazı sıkıntıların giderilmesini amaçlamıştır. Servqual modeli, tüketicinin hizmetten faydalanmadan önceki beklentisi ile faydalandıktan sonraki algısı arasındaki farklılığın hizmet kalitesini ortaya çıkardığını, Servperf modelinde ise hizmet kalitesinin ölçümünün performansa dayalı olması gerektiği savunulmaktadır (Cronin ve Taylor, 1992: 55). Servperf modelinde, Servqual modelindeki tüm sorular tüketicilere sorulmuş ancak, tüketicilerin beklentilerinin öğrenilmesi amacıyla sorulan sorular dikkate alınmamıştır (Gelibolu ve Kerse, 2018: 363). Dužević vd. (2015), Servperf ölçeğinin Servqual ölçeğindeki maddelerin aynısını kullandığını, bu ölçeğin Servqualden farklı olarak yalnızca tüketicilerin hizmet kalitesi algılarını ölçmesi nedeniyle değiştirilmiş Servqual ölçeğinin bir türü olarak

görüldüğünü ifade etmektedir (Dužević vd., 2015: 41). Bu model aracılığıyla hizmet kalitesi, tüketici memnuniyeti ve satınalma niyetleri arasındaki ilişkiler de öğrenilebilmektedir (Cronin ve Taylor, 1992: 55).

Servperf ölçeği, hizmet performansı ölçeği olarak adlandırılmaktadır. Tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesi, hizmet sunan işletmenin performans algısıyla ölçülmekte, hizmet kalitesi performansla aynı anlama gelmektedir (Danilo vd., 2017: 418). Servqual ölçeğinde kullanılan madde sayısı 44 iken, Servperf ölçeğinde ise madde sayısı 22'ye düşürülmüştür (Cronin ve Taylor, 1992: 64). Servperf ölçeğini oluşturan 22 madde hizmet kalitesi boyutlarından empati, yanıt verme, dokunulabilirlik, güvence ve güvenilirlik boyutlarının analiz edilmesini ortaya çıkaracak şekilde hazırlanmıştır (Gürbüz, 2005: 102).

Cronin ve Taylor (1992) Hizmet kalitesinin ölçülmesinde, performansa dayalı Servperf ölçeğinin, Servqual ölçeğine göre tüketicilerin algıladıkları kaliteyi daha iyi ölçebileceğini iddia etmişlerdir (Cronin ve Taylor, 1992: 64). Servperf ölçeğinde hizmet sunum sürecinde, tüketicilerin beklentilerinin değişime uğraması nedeniyle Servqual ölçeğinin hizmet kalitesi algısını doğru ölçmediği kabul edilmektedir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 605). Servqual ölçeğindeki beklenti maddelerinin, tüketicilerin hizmet kalitesi algılarında çok az rol oynaması nedeniyle, hizmet kalitesinin bir tutum şeklinde değerlendirilerek ölçülmesi gerekliliği sonucunu ortaya çıkarmıştır (McIntosh, 2017: 40). Cronin ve Taylor (1992), hizmet kalitesinin, tüketicilerin işletmenin sunmuş olduğu hizmetlere karşı gösterdikleri tutumlar aracılığıyla ölçülmesinin doğru bir yaklaşım olduğunu ifade etmişlerdir (Cronin ve Taylor, 1992: 63). Servperf ölçeğinin yalnızca tüketicilerin algıladıkları kalitenin öğrenilmesi gerektiğine vurgu yapması, tutumsal bir ölçüm aracına dönüştürülmesini sağlamıştır (Rodríguez-González ve Segarra, 2016: 174). Servqual ölçeğine yönelik yapılan eleştiriler sonucunda geliştirilen Servperf ölçeği, organizasyonların göstermiş oldukları performansların ölçülmesinde iyi ve kullanışlı bir ölçüm modeli olarak görülmektedir (Digbohou, 2019: 16). Cronin ve Taylor (1992) araştırmalarının sonucunda, hizmet kalitesinin tüketici memnuniyetinin öncüsü olduğunu ve tüketici memnuniyetin de satın alma niyetleri üzerinde hizmet kalitesinden daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir (Cronin ve Taylor, 1992: 65).

Abdullah (2005), hizmet kalitesi ölçümüyle ilgili yapılmış olan araştırmalarda Servperf ölçeğinin güvenilir bir ölçek olduğunu bildirirken (Abdullah, 2005: 306), Ali vd. (2016), yalnızca tüketicilerin algılarına dayalı ölçeklerin daha iyi ölçüm kabiliyetine sahip olduğunu ifade etmiştir (Ali vd., 2016: 73). Başka bir araştırmada, Servperf ölçeğinin hizmet kalitesi ölçümündeki varyansı Servqual ölçeğine göre daha iyi açıkladığı ifade edilmiştir (Brochado, 2009: 177). Calvo-Porral Cristina vd. (2013), kurumların sunduğu hizmetlerin performanslarının doğru bir şekilde ölçülmesinde, tüketicilerin algılarının öğrenilmesinin beklentilerin öğrenilmesine göre daha sağlıklı ölçüm sonuçları vereceğini ifade etmektedir (Calvo-Porral Cristina vd. 2013: 604). Campos vd. (2017), yapılmış araştırmalarda yalnızca Servperf ölçeğinin değil, performansa dayalı diğer ölçeklerin de hizmet kalitesi ölçümünde daha güvenilir sonuçlar verdiğini ifade etmiştir (Campos vd., 2017: 396).

Servperf ölçeğinin Servqual ölçeği üzerinde birçok üstünlüğünün bulunduğu ileri sürülmesine rağmen, hizmet sunum sürecinde meydana gelen sorunların belirlenmesinde Servqual ölçeğinin servperf ölçeğine göre daha etkili olduğu da ileri sürülmektedir (Yıldız ve Erdil, 2013: 90). Galeeva (2016), farklı kültürlerde yapılacak araştırmalarda Servqual ölçeğinin Servperf ölçeğine göre, daha iyi bir performans sağlayacağını ve adapte edilebileceğini ifade etmektedir (Galeeva, 2016: 332).

Servqual ve servperf ölçekleri farklı sektörlerde uygulanacak şekilde tasarlanmış ölçeklerdir (Rodríguez-González ve Segarra, 2016: 174-175). Her iki ölçek, kusursuz olmamakla birlikte, eleştirilere maruz kalmakta ve hizmet sektörüne önemli katkılar sunmaktadır (Shekarchizadeh vd., 2011: 70). Servqual ve Servperf ölçekleri en sık kullanılan hizmet kalitesi ölçekleri olmakla birlikte, Servqual ölçeği, Servperf ölçeğine göre daha yaygın kullanılma özelliğine sahiptir (Rodrigues vd., 2011: 630). Bankacılık, perakendecilik, eğlence endüstrisi ve yükseköğretim gibi birçok sektörde Servqual ölçeği yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Galeeva, 2016: 332). Kısaca ifade etmek gerekirse, Servqual ölçeği beş boyuttan oluşurken, Servperf ölçeği tek boyutlu bir ölçektir. Her iki ölçekte 22 maddeden oluşmaktadır ancak, Servqual ölçeği, tüketicilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin öğrenilmesinde beklenti ve algı değişkenini kullanırken, Servperf ölçeği yalnızca algı değişkenini kullanmaktadır (Danilo vd., 2017: 420).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE VE ÖLÇÜMÜ

3.1. YÜKSEKÖĞRETİM

Yirminci yüzyılın ortalarından itibaren küreselleşmenin etkisinin dünya çapında kendisini hissettirmesi, sanayi alanında nitelikli personel ihtiyacına olan talebin artması, toplum içerisinde eğitime olan bakış açısının değişmesi yükseköğretim kurumlarına dikkatleri çevirmiştir. Ekonomik bakımdan toplum içerisinde yaratmış oldukları değerler, bu kurumların hem kendi çatısı altında hem de devlet ekonomileri içerisinde her geçen gün daha önemli kurumlar haline gelmesini sağlamıştır (Köse, 2012: 114). Küreselleşmenin hızla yayılması, piyasa ekonomisi anlayışının benimsenmesi ve hizmetlerin serbest bir şekilde dolaşmasını sağlayan etkenlerin ortaya çıkması gibi nedenler, bazı kurum ve kuruluşların dikkatini yükseköğretim kurumlarına çekmiştir. Bu kurumlara, Avrupa Birliği Komisyonu, Birleşmiş Milletler, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü gibi kurum ve kuruluşlar örnek gösterilebilir (Kalaycı, 2009: 629). Devletler yükseköğretimi politik bir sorun olarak görmekte ve yükseköğretim sektörü bu bağlamda hükümetlerin ilgi odağı olmaktadır (Gunn, 2015: 29).

Devletlerin ekonomik bakımdan gelişmesinde yükseköğretim kurumları önemli görevler üstlenmektedir. Bu görevlerden bir tanesi yükseköğretim kurumlarının nitelikli personeller yetiştirmesidir. Devletler, yükseköğretime olan bu toplumsal talebe karşılık vermek amacıyla yükseköğretim kurumlarının genişlemesini sağlamaya, onları çeşitlendirmeye ve bu kurumları yeniden yapılandırmaya ihtiyaç hissetmektedir (Özer, 2011: 23). Yükseköğretimin genişlediği alanlara mühendislik, sağlık, sosyal, insani ve doğa bilimleri gibi alanlar örnek gösterilebilir. Bu gelişmeler, bir zamanlar sadece elit tabakanın faydalandığı yükseköğretim hizmetinin kitleselleşmesini sağlamıştır (Atanur vd., 2014: 68). 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu Yükseköğretimi "*Milli eğitim sistemi içinde, ortaöğretime dayalı, en az dört yarıyılı kapsayan her kademedeki eğitim-öğretimin tümüdür*" (Yükseköğretim Mevzuatı, 2014: 15) şeklinde tanımlamaktadır

Eğitim öğretimin en üst seviyesinde bulunan yükseköğretim kurumları; çağımızda meydana gelen gelişmeleri ve değişimleri yönlendiren, eğitim, öğretim ve araştırma ile genişleyerek ortaklaşa uluslararası çalışmaları yürüten ve bu çalışmaları özendiren kurumlar olması gibi nedenlerle karmaşık bir yapı özelliği göstermektedir. Bu durum, yükseköğretim kurumlarını stratejik bakımdan önemli bir konuma getirmektedir (Çetin ve Taş, 2012: 57; Bakioğlu ve Gürbüzer, 2015:1).

3.2. YÜKSEKÖĞRETİMİN AMACI

Yükseköğretim kurumları, öğrencilerin akademik kariyerlerini geliştirmek ve arzu ettikleri mesleki gelişmelerini sağlamak amacıyla kurulmuştur (Mattah vd., 2018: 36). Gündüz ve Balyer (2013) Yükseköğretim kurumlarının amacını, devletin benimsemiş olduğu bilim politikası ile toplumun üst seviyede ve farklı düzeylerdeki insan kaynaklarının karşılanabilmesini sağlamak amacıyla, öğrencilerin ilgi alanları, doğal yatkınlık ve becerilerine göre eğitip, bilimsel çalışma ve araştırmalar yapmak şeklinde ifade etmiştir. Çınardal vd. (2015), yükseköğretimin amacını, üst düzeyde analitik düşünme yeteneği ile bilgi çağının yeterliliklerine sahip ve bu çağla uyum içerisinde üretici, hür ve bilimsel çalışmalar yapabilen kişilere eğitim öğretim hizmeti sunarak, onların belli bir nitelikte bireyler olarak yetiştirilmesi, olarak açıklamıştır. Eroğlu (2004)'ya göre yükseköğretim kurumlarının amacı, bu kurumlarda girdi ve çıktı konumunda olan öğrencilerin ihtiyaçlarının belirlenerek onların beklentilerinin karşılanması ve toplumun beklentilerine uygun donanımlı insan kaynaklarının yetiştirilmeye çalışılmasıdır. Başar (2014) eğitim öğretim sisteminin en üst kademesinde yer alan yükseköğretimin amacını aşağıdaki şekilde açıklamaktadır (Başar, 2014: 20):

- *Belli bir eğitimden geçerek orta öğretimden sonra yükseköğretim kurumlarına gelmiş öğrencilerin bilgi, birikimi ve yetenekleri dikkate alınarak bu öğrencilerin devletin bilim politikası anlayışına göre ülkenin çeşitli mevkilerinde ve üst konumlarında değerlendirilmeleri amacıyla üst düzeyde mesleki eğitim verilmesini sağlamak,*

- *Ülke içerisindeki bilimsel, teknik ve kültürel alanlarda meydana gelen sorunların çözümüne yönelik bilimlerin derinlemesine genişletilip incelenmesini sağlayacak araştırmaların yapılmasını gerçekleştirmek,*
- *Ülkede karşılaşılan her çeşit problemle ilgili yönetim görevini üstlenmiş olan birimlere danışmanlık hizmeti sunmak.*

Yükseköğretim kurumlarının öncelikli temel görevi öğrenim, öğretim, araştırma ve geliştirme faaliyetleriyle topluma hizmet etmek; kalite güvence uygulamaları ve yönetim uygulamalarının geliştirilmesini sağlamaktır (Reda, 2017: 489). Yükseköğretimin amaçları incelendiğinde yükseköğretim kurumu olan üniversitelerin önemi daha da iyi anlaşılabilmektedir.

3.3. ÜNİVERSİTE

Yükseköğretim kavramı kullanıldığında ilk önce üniversite akla gelmektedir. Üniversiteler Antik Çağ'dan itibaren çok fazla değişikliğe uğrayarak günümüze kadar faaliyetlerini sürdürmüştür (Yıldız, 2016: 157). Üniversite kavramının kökeninin, Latin dilinde ortak bir amaç doğrultusunda kendi çıkarlarını korumak amacıyla bir araya gelmiş topluluğu ifade eden Universitas sözcüğünden ortaya çıktığı görülmektedir (Yavuz, 2012: 15). Universitas sözcüğü, ülke yönetiminden özerk bir şekilde lonca örgütlerinin hepsini içine alan bir kavram olarak günümüzdeki üniversite anlamından farklı bir anlamda kullanılmaktaydı. Bu kavramın zaman içerisinde dönüşüme uğraması Fakülte loncaları anlamında kullanılmasını sağlamıştır. İlerleyen zamanlarda Universitas kurumu akademik terfi, eğitim, öğretim gibi faaliyetlerde kendi kurallarını ve düzenlemelerini yalnızca kendilerinin oluşturduğu bir örgüt halinde Ortaçağ'da faaliyetlerini sürdürmüştür (Saracel vd., 2001: 4).

Üniversiteler, toplumun kalkınıp ilerlemesinde ve saygın olmasında önderlik yapmakta, ekonomik ve siyasal hayatta kendisini önemli derecede hissettirmekte, kültürel anlamda bilgi ve birikimlerin paylaşıldığı iletişim ortamları şeklinde bir dönüşüm içerisine girerek kamuoyunun oluşumunda önemli bir role sahip kurumlardır (Hız, 2010: 57). 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununda, Üniversite "*Bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip yüksek düzeyde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapan; fakülte, enstitü, yüksekokul ve benzeri kuruluş ve birimlerden*

oluşan bir yükseköğretim kurumudur" (Yükseköğretim Mevzuatı, 2014: 15-16) şeklinde ifade edilmiş, üniversitenin yapısı ve faaliyet alanları ile yükseköğretim Kurumlarının bünyesinde bulunan akademik birimleri ön plana alan bir tanım yapılmıştır.

Üniversitenin organizasyon yapısı incelendiğinde değişik türden teşkilat yapısının iç içe geçtiği görülmekte ve bu durum akademik olarak çok farklı disiplinlerin bir arada olmasını sağlamaktadır. Değişik fakülteler, bu fakültelere bağlı bölümler, anabilim dalları, bilim dalları, yüksekokullar ile meslek yüksekokulları gibi benzeri birimler eğitim, öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu akademik yapıdaki farklılığın bir sonucu olarak üniversitede program çeşitliliği ortaya çıkmaktadır. Akademik ve idari personel bu yapı içerisinde istihdam edilmekte ve üniversitenin hiyerarşik yapısı hem idari hem de akademik yönden çeşitli türden uygulamaları beraberinde getirmektedir (Celep, 2015: 2). Üniversitelerin geçirmiş olduğu aşamalar incelendiğinde üç türlü üniversite tipinin ya da kuşağının olduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi, ortaçağda faaliyetlerini sürdürmüş olan birinci kuşak ya da ortaçağ üniversitesi; ikincisi, ikinci kuşak ya da Humboldt tipi üniversite; üçüncüsü ise üçüncü kuşak üniversitedir (Wissema, 2014: 3-5). Üniversitelerin 900 yıllık bir süre içerisindeki gelişimi üç değişik üniversite yapısında; ortaçağdaki kilise merkezli üniversite, ulus devletler dünyasının üniversitesi olarak kabul edilen Humbolt Üniversitesi ve bilgi toplumundaki üniversite olarak kabul edilen Multiversite/Girişimci Üniversitedir (Arap, 2014: 4).

3.4. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE

Günümüzde yükseköğretim sektörünün gelişmesi, devlet fonlarının azalması nedenleriyle yükseköğretim kurumlarının rekabet ortamı artmıştır. Bu durum, yükseköğretim kurumlarını rekabet avantajı sağlayacak şekilde faaliyetlerini sürdürmeye teşvik etmektedir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 603). Devletlerin gelişip kalkınmasında önemli işlevleri bünyesinde barındıran üniversiteler bilgi toplumu ve küreselleşmeden etkilenerek bir dönüşüm içerisine girmiş ve bu dönüşüm eğitim öğretim faaliyetlerini şekillendirmiştir. Yükseköğretimin yeniden yapılandırılmasında ekonomik, sosyal ve politik gelişmelerin de katkısı olmuş ve bu

gelişmeler yükseköğretimde kalite ve yönetim konularına dikkatlerin çevrilmesini sağlamıştır (Gökbel vd., 2012: 168).

Dünyada yükseköğretim kurumları kaliteli hizmet sunmayı en önemli öncelikleri içerisine almıştır (Ali vd., 2016: 71). Son yıllarda, yükseköğretimde hizmet kalitesinin artan rolü, tüketicilere sunulan hizmetlerin algılanan kalitesini iyileştirecek yönde hizmetlerin yönetilmesi gerekliliği sonucunu ortaya çıkarmıştır (Brochado, 2009: 174). Akademisyenler ve uygulayıcılar, daha yüksek pazar payını kazanma potansiyelinin güvence altına alınmasında, yüksek kalitede sunulan hizmetlerin etkisinin olduğu şeklinde ortak bir yargıya varmışlardır (Angell vd., 2008: 238).

Ülkemizde yükseköğretim kurumlarının sunmuş olduğu eğitim, öğretim ve araştırma hizmetlerinin kalitesinin yükseltilmesi amacıyla 22 Ekim 2002 tarihinde Üniversitelerarası Kurul'un başkanlığında bir yönetmelik hazırlanmış ve bu yönetmeliğe "Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Kontrol Yönetmeliği" ismi verilmiştir (Açan ve Saydan, 2009: 226-227). 20 Eylül 2005'te Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği yayınlanmıştır. Bu yönetmeliğe dayalı olarak 30 Eylül 2005'te ulusal şekilde görevlerini yürütmek üzere Yükseköğretim Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme (YÖDEK) komisyonu kurulmuştur. Her yükseköğretim kurumunun kendisi sorumlu olmak şartıyla Yükseköğretim Kurumu Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Kurulları (ADEK) faaliyete geçmiştir. Bu gelişmelerle birlikte YÖDEK yapmış olduğu araştırmalar neticesinde 2006 yılında yükseköğretim sektöründe akademik değerlendirmelerin yapılabilmesi ve kalitenin geliştirilebilmesi için bir çerçeve niteliğindeki rehberi yayınlamıştır. 2007 yılında rehber güncelleştirilerek ikinci kez hazırlanmıştır. Bu rehberin hazırlanmasında Bologna süreci referans alınmıştır (Antalyalı, 2011: 292). En son Resmi Gazete'de 23.11.2018 tarihinde 30604 sayılı Yükseköğretim Kalite Güvencesi ve Yükseköğretim Kalite Kurulu Yönetmeliği yayınlanmıştır (YÖK, adı geçen internet sitesi, 2019). Bu yönetmelik çerçevesinde, üniversitelerde kalite komisyonları ve koordinatörlükleri kurulmuş, üniversiteler iç ve dış değerlendirme süreçlerine tabi tutulmuştur. Aynı zamanda, üniversitelerin her birisine karne verilecek kriterler getirilmiş, bu kapsamdaki kriterlere göre üniversiteler kamuoyu ile de paylaşılan ilk karnelerini 2020 yılında almışlardır. Yukarıda bahsedilen

yönetmelikler veya buna benzer düzenlemeler yükseköğretimde kalitenin öneminin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yükseköğretim, öğrencilerin ihtiyaçlarının karşılanarak bu ihtiyaçların üzerinde hizmetlerin sunulmasını amaç edinmesi gibi nedenlerle hizmet sektörü içerisinde değerlendirilmektedir (Choudhury, 2015: 219). Yükseköğretim kurumları öğrencilere kaliteli eğitim ve öğretim hizmetleri sunmak amacıyla faaliyet göstermeleri nedeniyle hizmet endüstrisinin bir parçası şeklinde görülmektedir (Sheeja vd., 2014: 263), Yükseköğretimin hizmet sektörü içerisinde değerlendirilmesi, dikkatleri yükseköğretimin paydaşları üzerine çevirmektedir (Ali vd., 2016: 73). Birçok iç ve dış paydaş, değişik şekillerde yükseköğretim hizmetlerinin etkisi altında kalarak bu hizmetlerden faydalanmakta, tecrübe sahibi ve bir düşünce tarzına sahip olmaktadır. İç paydaşlar; öğrenciler, akademik personel, dış paydaşlar; aileler, yerel topluluklar, toplum kesimi, devlet kurumları, yerel yetki sahipleri, mevcut ve ilerde işveren konumunda olacaklar şeklinde belirlenebilir (Gürbüz ve Ergülen, 2008: 3). Yükseköğretim sektörünün farklı paydaşlara sahip olması, yükseköğretimdeki hizmet kalitesi sorunlarının ana kaynağı olarak görülmektedir (Campos vd., 2017: 397).

Günümüzde, yükseköğretim kurumlarının pazar odaklı bir ortamda faaliyetlerini sürdürdüğü şeklinde yaygın bir anlayış bulunmaktadır (Narang, 2012: 357). Öğrencilerin yükseköğretimde sunulan hizmetlerin kalite algılarının öğrenilmesi amacıyla pazarlama alanı içindeki bir alt disiplin olan hizmet pazarlaması anlayışından faydalanılmaktadır (Gallifa ve Batalle, 2010: 158). Yükseköğretim sektörü bir pazar yeri olarak görülürken, üniversitede sunulan eğitim ve öğretim hizmetleri pazarlanabilir bir hizmet olarak ortaya çıkmaktadır. Bir diğer ifadeyle, üniversitelerde sunulan eğitim ve öğretim hizmetlerinin öğrencilerin taleplerini karşılayabildiği ölçüde üniversitelerin başarılı olacağı düşünülmektedir (Sultan ve Yin Wong, 2010: 267).

Yükseköğretimde hizmet kalitesi, bir üniversitenin öğrencilerini kendisine çekmesi, öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve onları sadık müşteriler haline getirebilmek için önemli başarı faktörlerinden birisi haline gelmektedir (Mahmoud ve Khalifa, 2015: 343). Öğrencilerin ihtiyaçlarını bilmek, yükseköğretim kurumlarının bu özel ihtiyaçları karşılayabilecek ürünler ve programlar geliştirmesine olanak sağlayacaktır (Rodríguez-González ve Segarra, 2016: 172). Üniversiteler,

yükseköğretimin bir ürün haline geldiğini görerek; hizmetlerinin kalitesini incelemek, ürünlerini yeniden tanımlamak ve hizmet pazarlaması uzmanlarının aşina olduğu yollarla müşteri memnuniyetini ölçerek rekabet avantajı oluşturacak şekilde çalışmalarını yönlendirmektedir. Üniversiteler, uzun süreli hayatta kalmalarının, hizmetlerinin ne kadar iyi bir şekilde sunulduğuna bağlı olduğunu ve kaliteli hizmet sunmanın bir üniversiteyi diğerlerinden ayırdığını fark etmişlerdir (Tsinidou vd., 2010: 227).

Hizmet sunumunun bir bileşeni olarak kalite kavramının öğrencilerin yükseköğretim kurumlarını tercih etmesinde önemli bir kavram olarak ön plana çıktığı görülmektedir (De Jager ve Gbolahan Gbadamosi, 2010: 253). Yükseköğretimde hizmet kalitesi oldukça karmaşık ve belirsiz bir kavramdır (Lazibat vd., 2014: 923). Yükseköğretimde kalitenin çok boyutlu ve karmaşık olması, ortak bir hizmet kalitesi tanımının yapılmasını ve hizmet kalitesi algılarının ölçülmesinde ortak bir hizmet kalitesi ölçüm modellerinin uygulanmasını da zorlaştırmaktadır (Gruber vd., 2010: 107). Yükseköğretimde kalite kavramı verimlilik, amaca uygunluk, yüksek kalite standartları, mükemmellik, müşteri odaklılık gibi kavramlarla ilgilidir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 603).

Yükseköğretimde kalite tanımları, paydaşların bakış açılarına göre yapılmakta ve öğrenciler yükseköğretimin en önemli paydaşı olarak görülmektedir (Ali vd., 2016: 73). O'Neill ve Palmer (2004) yükseköğretimde hizmet kalitesi kavramını "*bir öğrencinin almayı beklediği şey ile hizmetin sunumundan sonraki gerçek teslimat arasındaki fark*" şeklinde tanımlamaktadır (O'Neill ve Palmer, 2004: 42). Bu kavram, yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek amacıyla çeşitli çalışmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Teeroovengadum vd., 2016: 246). Yükseköğretimde hizmet kalitesi, pazarlama ve iş stratejisini belirleyen en güçlü rekabet silahı olarak görülmekte (Muhammad vd., 2018: 165), öğrencilere doğru beceriler kazandırılarak onların istihdam edilmesinde kolaylıklar sağlamaktadır (Randheer, 2015: 31). Genellikle, hizmet sektörünün kullandığı hizmet kalitesi ölçüm modellerinden faydalanılarak yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesi ölçülmeye çalışılmaktadır (O'Neill ve Palmer, 2004: 39).

3.5. YÜKSEKÖĞRETİMDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM MODELLERİ

Yükseköğretim sektöründeki hizmet kalitesi araştırması ticari sektördeki hizmet kalitesi araştırmalarına göre yeni sayılmaktadır. Ticaret sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla kullanılan kalite modelleri eğitim sektörüne de uyarlanarak kullanılmaya başlanmıştır (Sultan ve Yin Wong, 2013: 72). Yükseköğretimde akademisyen ve uygulayıcılar, hizmet kalitesinin temel öncülleri ve sonuçlarını daha da iyi anlayarak rekabet avantajı elde etme ve müşteri sadakati oluşturmak istemektedir. Bu amaçla, akademisyen ve uygulayıcılar, kalitenin iyileştirilmesine yönelik en iyi yöntemlerin uygulanabilmesi için hizmet kalitesinin doğru bir şekilde ölçülmesi gerekliliğine inanmaktadır (Abdullah, 2006b: 71-72). Ancak, yükseköğretim kurumları hizmet kalitesinin ölçülmesinde bazı zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır (Ali vd., 2020: 69).

Yükseköğretimde kalitenin en iyi şekilde yönetilmesiyle ilgili evrensel bir ortak yargı bulunmamaktadır (Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016: 100). Son zamanlarda yapılan bazı araştırmalarda yükseköğretimde kapsamlı bir hizmet kalitesi modelinin geliştirilmesi gerektiğine yönelik açıklamalar yapılmıştır (Sultan ve Yin Wong, 2013: 73). Ancak, evrensel bir şekilde kullanılabilecek tek bir ölçüm aracı, yükseköğretim kurumlarının organizasyon ve çevre yapılarının farklı olması nedeniyle araştırma sonuçlarını ve bu araştırma sonuçlarına dayalı yükseköğretim uygulamalarını tartışmalı hale getirebilir şeklinde kaygılar mevcuttur (Yıldız ve Kara, 2009: 410). Bu yüzden yükseköğretim kurumları kalite yönetim uygulamalarını kendi bakış açılarına göre yerine getirme ve hizmet kalitesini iyileştirmek amacıyla farklı kalite yönetim modellerini uygulamaktadır (Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016: 100).

Hizmet kalitesi algısı ölçümü, her geçen gün daha da önemli hale gelmektedir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 602-603). Hizmet kalitesi literatürü, eğitim kurumlarının kendilerini sürekli iyileştirebilmeleri için sundukları hizmetlerin kalitesini izlemelerinin önemini ortaya çıkarmaktadır (Brochado, 2009: 175-176). Yükseköğretimdeki hizmet kalitesinin ölçülmesinde güvenilir ve geçerli hizmet kalitesi ölçeklerinin kullanılması önem arz etmekte (De Jager ve Gbolahan Gbadamosi, 2010: 252), sürdürülebilir hizmet kalitesinin oluşturulmasında eğitim hizmetlerini

değerlendirmeye yönelik uygun hizmet kalitesi ölçüm araçlarının belirlenerek uygulanması gerekmektedir (Campos vd., 2017: 409).

Yükseköğretim kurumlarında kaliteli hizmetlerin sunulabilmesi için öğrencilerin algıladıkları kalitenin öğrenilmesi gerekmektedir (Ali vd., 2020: 69). Yükseköğretim kurumları, yalnızca mezun öğrencilerinin beceri ve yetenekleri açısından toplumun neye önem verdiğiyle değil, aynı zamanda öğrencilerinin eğitimlerini nasıl hissettikleri ve algıladıklarıyla da ilgilenmesi gerekmektedir (Calvo-Porral Cristina vd., 2013: 602-603). Öğrencilerin yükseköğretimdeki beklenti ve algılarının öğrenilmesi sayesinde yükseköğretim hizmetleri sunanlar öğrencileri kendi kurumlarına çekebilmekte, onların ihtiyaçlarına uygun hizmetleri sunabilmektedir (Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016: 99). Yükseköğretimin kendisine özgü karakteristik özelliklerinin bulunması nedeniyle bu kurumlarda hizmet kalitesi ölçüm modellerinin geliştirilmesi amacıyla bazı araştırmalar yapılmış (Yıldız ve Kara, 2009: 394), hizmet kalitesini güvenilir ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek amacıyla farklı hizmet kalitesi ölçüm modelleri kullanılmıştır (Saad, 2013: 25). Bir yükseköğretim kurumunun hizmet kalitesi öğrenciler, hükümet, işverenler vb. farklı yükseköğretim müşterilerinden kaynaklanan farklı algılara sahiptir. Bununla birlikte, birincil katılımcılar ve hizmet için ödeme yapanlar olarak öğrencilere büyük ölçüde muamele edilmekte olması nedeni ile, birincil müşteriler olarak genellikle öğrencilerin algıları kullanılarak hizmet kalitesi değerlendirilir. Bu, üniversite öğrencilerinin üniversitelerin birincil müşterileri olduğu argümanına dayanmaktadır (Mahmoud ve Khalifa, 2015:345).

3.5.1. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Servqual Modelinin Kullanılması

Yükseköğretim kurumlarının sundukları hizmetlerin kalitesinin öğrenilmesi amacıyla, Servqual ölçeği kullanılabilmektedir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan kalite boyutları sayesinde, yükseköğretim kurumları eksik ya da üstün yönlerini görebilmekte ve yükseköğretim sektöründe kendisini konumlandırabilmektedir (Abili vd. 2012: 208). Abili vd. (2012) İran'da Amirkabir Üniversitesinde beş derste (Elektronik mühendisliği, İnşaat mühendisliği, Makine mühendisliği, Kimya mühendisliği ve MBA) 102 öğrenci örnekleminde Servqual ölçeğine dayalı araştırmalarında, beş Servqual boyutunun tamamında öğrencilerin beklentileri

algılarından daha büyük çıkmış, olumsuz/negatif hizmet kalitesi boşluklarının olduğu görülmüştür. Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutları önem düzeylerine göre yüksekten düşüğe doğru -*yanıt verebilirlik, güvence, güvenilirlik, somutluk ve empati*- boyutları şeklinde sıralanmıştır. Bu sonuçlar, tüm Servqual boyutlarında iyileştirmelerin yapılması gerektiği, öğrencilerin özellikle yanıt verebilirlik boyutunu en önemli ve en büyük boşluğa sahip boyut olarak görmesi nedeniyle bu boyutla ilgili faaliyetlerde daha fazla iyileştirmelerin yapılması gerektiği ön plana çıkmıştır. Abili vd. (2012), öğrencilerin beş tane Servqual boyutunda beklentilerinin algılarından daha büyük çıkması nedeniyle bu kalite boyutlarının iyileştirilmesi gerektiği sonucuna dayalı olarak aşağıdaki önerilerde bulunmuştur (Abili vd. 2012: 209):

- Hizmet kalitesinin sürekli ölçülmesi gerekmektedir.
- Öğrencilerin algı ve beklentileri arasındaki boşluğu azaltmak için, üniversitede hizmet kalitesi stratejilerinin ve kalite standartlarının geliştirilmesi gerekmektedir.
- Üniversite yönetimi, öğrenci ve personelle iletişim kanallarını geliştirmesi gerekmektedir.
- Çalışan personele daha fazla yetki vererek personelin işlerini düzgün yapabilmeleri için motive edilmeleri gerekmektedir.
- Hizmet kalitesinin iyileştirilebilmesi için öğrencilerin ihtiyaçları ve beklentilerinin öğrenilmesi ve hizmet kalitesi ölçümü sonucunda ortaya çıkan kalite boyutlarının öncelik sırasına göre değerlendirilmesi gerekmektedir.
- Üniversite yönetimi, sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesinde görev yapan personelin rollerinin ne kadar önemli olduğu konusunda çalışan personellerini bilgilendirmeli ve eğitmelidir.
- Üniversitenin tesislerinin geliştirilmesi gerekmekte ve ihtiyaca uygun bir şekilde bu tesislerin yeniden revize edilmesi gerekmektedir.

Calvo-Porral vd. (2013), İspanya'da devlet üniversitesinde ve özel üniversitede bir fakültede öğrencilerin yükseköğretimde kalite algılamalarını ve kalite boyutlarını öğrenmek, öğrencilerin deneyimlerinden faydalanmak amacıyla Servqual ölçeğini kullandıkları araştırmalarında; öğrencilerin özel ve devlet yükseköğretim kurumları arasında algılanan kalite bakımından farklılıklar olduğu, özel yükseköğretim

kurumlarında *güvenilirlik, duyarlılık, güvence ve empati* boyutları algılarının devlet üniversitelerine göre yüksek çıktığı, ancak, devlet üniversitesinde *fiziksel kanıtlar* boyutlarına yönelik algının özel yükseköğretim kurumlarına göre daha yüksek belirlendiği, özel yükseköğretim kurumları öğrencilerinin mesleklerini uygulama bakımından devlet üniversitelerine göre daha iyi konumda oldukları, hizmet kalitesi boyutlarından *fiziksel kanıtlar ve empati* boyutunun algılanan kalite üzerinde en önemli belirleyici olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yükseköğretim gibi hizmetler somutlaştırılması zor olan hizmetlerdir. Yükseköğretim kurumunun yöneticileri, etkileyici fiziksel tesisler inşa ederek eğitim hizmetlerinin somutlaştırılması için stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Yükseköğretimde öğretim elemanları ve idari personelin tutum ve davranışlarının algılanan kalite üzerindeki etkisi yüksektir. Yükseköğretimde insan kaynakları politikasının başarıyla yürütülmesi, algılan kaliteyi olumlu yönde etkilemekte ve üniversitenin başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Araştırmada, güvence boyutunun algılanan kalitesi önemli bir boyut olarak görülmesine rağmen negatif olarak algılandığı belirlenmiştir. Bu sonuç üniversite yönetiminin güvence boyutunu iyileştirmesi gerektiğine dikkat çekmekte olup, yükseköğretim kurum yöneticilerine aşağıdaki tavsiyelerde bulunmuştur (Calvo-Porral vd., 2013: 614):

- Yükseköğretim kurum yöneticileri, kalite geliştirme stratejilerinin uygulanmasında sınırlı bütçeye sahip olduğundan, fiziksel kanıtlar ve empati boyutlarına öncelik verilerek yükseköğretimde kaynakların tahsis edilmesi gerekmektedir.
- Üniversiteler kütüphane hizmetleri, kariyer danışmanlığı ve öğrenme destek hizmetleri ve bilgisayar ve teknoloji hizmetleri şeklinde üst düzey hizmetleri sunarak öğrencilerin kaliteyi olumlu algılamalarını sağlayabilecektir.
- Öğrencilerin kaliteyi olumlu algılamaları üniversitenin değerlerine uyumlarını artıracaktır.
- Olumlu hizmet kalitesi algıları, öğrencilerin derslerinin kalitesini ve öğrenim süresince edindikleri deneyimlerin kalitesini olumlu yönde etkileyecektir.
- Üniversitede görev yapmakta olan akademik ve idari personelin öğrencilere gösterdikleri özen ilgi ve saygı, öğrencilerin üniversitelerine karşı aidiyet

duygularının gelişmesini artıracak ve öğrenciler üniversite topluluklarının aktif üyeleri olacaktır.

Galeeva (2016), Rusya'da yükseköğretim hizmetlerinin kalitesini ölçmek amacıyla uyarlanmış Servqual ölçeğini kullanmıştır. Araştırmada Servqual ölçeğinin klasik yöntemi uygulanmıştır. Ancak, verilerin analiz edilerek elde edilen bulguların sunumunda yeni bir grafik tekniği ve analiz yöntemini kullanmıştır. 2009 ve 2014 yıllarında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarını dikkate almıştır. Bu araştırmanın odak noktasını 11 yükseköğretim kurumu ve 1000 kişi oluşturmuştur. Araştırmanın sonucunda önerilmiş olan teknik ile Servqual ölçeğinin önemli oranda geliştirilebileceğini ileri sürmüştür. Önem, beklenti ve algılama özet puanlarının geçerlilik ve güvenilirliklerinin daha fazla araştırılması gerektiğini vurgulamıştır. Yükseköğretimde kalitenin değerlendirilebilmesi için Servperf ve HEdPERF gibi alternatif yöntemlerin de Rusya'daki yükseköğretim sistemlerinde test edilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Bir eğitim kurumunun kendisini en iyi şekilde konumlandırarak uygun stratejileri oluşturmasının yolu yönetimin güçlü ve zayıf yönlerini bilmekten geçmektedir. Öğrenciler eğitim kurumlarının müşterileri olduğundan öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin belirli aralıklarla ölçülerek güçlü ve zayıf yönlerinin öğrenilmesi gerekmektedir (Galeeva, 2016: 342-343). Bu amaçla, Rusya'da yükseköğretim hizmetlerinin kalitesini ölçmek amacıyla uyarlanmış Servqual ölçeği, Servperf ve HEdPERF gibi ölçeklerle karşılaştırılarak geçerlilik ve güvenilirlikleri test edilmelidir (Galeeva, 2016: 329).

Dlačić vd. (2014), Yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesini, algılanan değeri ve yeniden satın alma niyetini yapısal eşitlik modellemesi kullanarak keşfetmek, kavramsal bir model önermek ve bu modeli test etmek amacıyla özel olarak tasarlanmış bir anket ve Servqual ölçeğiyle literatür taraması sonucunda araştırmanın amacına hizmet edeceği düşünülen diğer ölçekleri kullanarak 2011 yılında Bosna Hersek ve Hırvatistan'da öğrenim görmekte olan lisans öğrencileri üzerindeki araştırmaları sonucunda; önerilen kavramsal modelin güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmış, algılanan hizmet kalitesinin algılanan değerle tekrar satınalma niyetinin önemli bir yordayıcısı olduğu, öğrencilerin algıladığı değerin de tekrar satınalma niyetinin önemli bir yordayıcısı olduğu, kalite boyutları olarak -*güvence, yanıt verebilirlik, güvenilirlik, empati, fiziksel kanıt ve iletişim kurulan personel*- belirlenerek, önerilen kavramsal

modelin doğrulandığını belirlemişlerdir. Yükseköğretim kurumlarının stratejik planlarının hazırlanmasında önerilen model faydalı bilgiler sunmaktadır. Araştırma sonucunda yükseköğretim hizmet kalitesinin ve öğrencilerin algıladıkların değerlerin tekrar satınalma niyetinin önemli bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. Bu yüzden yükseköğretim kurumları, öğrencilerin fakülteyi başkasına tavsiye etme ve ileride tekrar aynı fakültede eğitimlerine devam etmelerini sağlayabilmek için öğrencilerin algıladıkları kaliteden ve eğitim deneyimlerinden memnun olmalarını sağlayabilecek faaliyetlerde bulunması gerekmektedir. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi için alanında uzman akademik ve idari personelin istihdam edilerek görsel bakımdan çekici ve donanımlı fiziksel tesislerin yapılması, hizmetlerin güvenilir bir şekilde sunulması önerilmektedir (Dlačić vd., 2014: 153).

Khoo vd.(2017), Singapur'da iki özel eğitim enstitüsünde öğrenim gören öğrencilerin yükseköğretimde akademik olmayan hizmetlerin kalite algılarını öğrenmek amacıyla Servqual ölçeği, Gibbs'ten uyarlanan ölçek ve Zeithaml ve arkadaşları tarafından geliştirilen ölçekleri kullanarak algılanan hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkileri incelemişler ve araştırmanın sonucunda; algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranış niyetleri arasında olumlu ilişkiler ortaya konmuştur. Bir diğer ifadeyle algılanan hizmet kalitesinin öğrencilerin memnuniyetini etkilediği, memnuniyetin de öğrencilerin okullarına sadık kalma niyetleri üzerinde etkisi olduğunu hatta sadık öğrencilerin daha fazla ücret ödedikleri sonucunu doğurmuştur. Yükseköğretim kurumlarındaki yöneticiler, öğrencileri elde tutabilmek için endişelenmekte, bu yüzden müşteri memnuniyeti sağlayacak şekilde hizmetleri sunmaya önem vermektedir. Akademik olmayan hizmetlerden faydalanan öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin yüksek olması durumunda öğrenciler üniversitelerine bağlı kalabilmektedir. Yükseköğretimde hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde öğrencilerin demografik özelliklerinden faydalanılarak şikâyet mekanizması geliştirilebilir. Araştırma bulguları doğrultusunda, kız öğrencilerin şikâyet etme ihtimalleri erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğundan yükseköğretim kurumu, profesyonel bir şekilde bu şikâyetleri değerlendirebilecek bir mekanizma kurması gerekmektedir. Şikâyetlerin en kısa süre içerisinde çözüm odaklı bir şekilde ele alınması öğrencilerin hizmetlerden memnun olmasını sağlayabilmektedir (Khoo vd., 2017: 439-440).

Shekarchizadeh vd. (2011), Malezya'da en iyi 5 devlet üniversitesinde, hizmet kalitesi algılarını ve beklentilerini değerlendirmek amacıyla Servqual ölçeğine dayanarak öğrenimlerine devam eden 522 uluslararası lisansüstü öğrenciler örneklemindeki araştırmanın sonucunda, *-profesyonellik, güvenilirlik, misafirperverlik, somut unsurlar ve sadakat-* şeklinde beş tane kalite boyutu olduğu görülmüş ve 5 devlet üniversitesinde öğrenim gören uluslararası lisansüstü öğrencilerin üniversitelerinden aldıkları hizmetlerin kalitesi öğrencilerin beklentilerini karşılayamadığından, olumsuz değerlendirilmiş ve öğrenciler kendilerine sunulan hizmetlerden memnun kalmamışlardır. Lisansüstü öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesini ölçmek için geliştirilen değiştirilmiş Servqual ölçeğinin güvenilir bir ölçek olduğu görülmüştür. 35 maddeden oluşan değiştirilmiş Servqual ölçeğinin *profesyonellik, güvenilirlik, misafirperverlik, somut unsurlar ve sadakat-* şeklinde beş tane kalite boyutundan oluştuğu görülmüştür. Bu ölçekteki kalite boyutları, orijinal Servqual ölçeğindeki kalite boyutlarından farklı çıkmıştır. Bunun nedeni olarak üniversitedeki hizmet özelliklerinin eğitim ve araştırma standartlarıyla ölçülmesinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir (Shekarchizadeh vd., 2011: 74). Üniversite üst yönetimi, rekabet avantajının oluşturulmasında hangi hizmet kalitesi boşluklarından nasıl yararlanması gerektiğini, geliştirilen ve değiştirilen bu yeni Servqual modeli aracılığıyla verimli bir şekilde öğrenebilecektir. Ayriyeten bu model, yalnızca çalışanları değil, öğrencileri de kapsayacak şekilde bir kalite yönetim sisteminin tasarlanmasına katkı sunmaktadır (Shekarchizadeh vd., 2011: 67).

3.5.2. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Servperf Modelinin Kullanılması

Cronin ve Taylor'ın (1992) bulguları, Servperf'in farklı endüstriyel bağlamlarda müşteri memnuniyetindeki değişimi açıklamada Servqual'den daha iyi bir yeteneğe sahip olduğunu ortaya koymuştur. Aynı şekilde Li ve Kaye'nin (1998) vaka çalışması sonuçları da öğrencilerin derslerinin genel kalitesini değerlendirmeleri ile ilgili memnuniyetlerini açıklamada Servperf'in Servqual'den daha iyi bir yaklaşımı temsil ettiğini göstermektedir. Bu çalışmanın ampirik bulguları, performansa dayalı yöntemi kullanarak hizmet kalitesinin ölçülmesinde Gap yaklaşımına göre daha verimli ve etkili bir yaklaşım sunduğu sonucunu desteklemektedir: (1) performansa dayalı yaklaşımlarla farkın karşılaştırılması, performans algısı puanlarının, tüketicinin beklentileri ve performans algıları arasındaki eşitsizliğe göre müşteri memnuniyetindeki varyasyonu

daha fazla açıklamaktadır. (2) Beklenti ölçülerindeki küçük farklılıklar nedeniyle, boşluk ölçümü puanı ve performans ölçümü puanı yüksek derecede korelasyon göstermektedir. Bu, beklenti değişkenleri kümesini kullanmanın, öğrenci memnuniyetinin oluşumuna ilişkin anlayışa mutlaka değer katmadığı, bunun yerine modele yalnızca gereksiz veriler getirdiği anlamındadır. Bireyler bir hizmete aşina olmadıklarında da bir ön beklenti oluşturamama olasılıkları daha yüksektir ve hizmet uzun bir süre boyunca sürekli olarak sunulduğunda, tüketicilerin beklentileri pasif olma eğiliminde olması nedenleriyle de Gap yaklaşımının etkinliği azalacaktır (Li ve Kaye, 1998:112).

Gallifa ve Batallé (2010), İspanya'da Ramon Llull Üniversitesinde tüm kampüslerde son sınıf öğrencilerinin hizmet kalitesi algılamalarını öğrenmek ve bu algıların yükseköğretimde kalite iyileştirme çalışmalarıyla uyumluluğunu ortaya koymak amacıyla Servperf ölçeğini kullanarak araştırmalarında; yükseköğretimde -*güvenilirlik, güven ve öğrencilere adil bir şekilde davranma, empati*- boyutlarının önemli olduğu görülmüştür. Öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin öğrenilmesi, üniversitenin kendisini sürekli geliştirmesinde, kurum kültürünün oluşturulmasında, öğrencilerin profillerinin keşfedilmesinde önem arz etmektedir. Öğrenci profillerinin bilinmesi, üniversitenin kendisini ya da markasını konumlandırmasında fayda sağlamaktadır. Bu konumlandırma sayesinde üniversite pazarlama faaliyetlerine yön verebilmektedir (Gallifa ve Batalle, 2010: 157). Yükseköğretim kurumlarında, -*güvenilirlik, güven ve öğrencilere adil bir şekilde davranma, empati*- boyutlarının kalitesinin dönem boyunca aynı seviyede kalması, öğrencilerin kalite algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu yüzden öğrencilere sunulacak hizmetlerin kalitesinin sürekli iyileştirilmesi gerekmektedir (Gallifa ve Batalle, 2010: 167-168).

Mahmoud ve Khalifa (2015), Suriye'de üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin yükseköğretimde algıladıkları hizmet kalitesini Servperf ölçeği aracılığıyla öğrenmek, algılanan hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla araştırmalarında; Suriye üniversitelerindeki öğrencilerin Servperf ölçeğindeki algılanan yükseköğretim hizmet kalite boyutlarını, -*akademik boyut, akademik olmayan boyut ve empati boyutları*- şeklinde gördüklerini, öğrencilerin yükseköğretimde algıladıkları hizmet kalitesinin düşük olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin

algıladıkları hizmet kalitesinin düşük olmasının nedeni olarak Suriye'deki üniversitelerde görev yapan akademik ve idari personellerin çalıştıkları üniversiteye güven duymadıkları ve işlerinden memnun olmadıkları düşünülmektedir. Suriye üniversitelerinde öğrencilerin kalite algılamalarının yükseltilebilmesi için öğretim elemanı sayısının artırılması gerekmektedir. Öğretim elemanı sayısının az olması nedeniyle mevcut öğretim üyeleri öğrencilerle bire bir ilgilenememektedir (Mahmoud ve Khalifa, 2015: 353).

3.5.3. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Eduqual Ölçeğinin Kullanılması

Servqual'in bir hizmet kalitesi ölçüm aracı olarak basit yapısı, genelleme yeteneği ve kullanım kolaylığı nedenleriyle yaygın bir kullanımı bulunmaktadır. Hizmet kalitesi büyük ölçüde insan davranışına bağlı olduğundan, ölçüm ölçeğinin kalite boyutları farklı hizmet ortamlarında farklılık gösterir. Örneğin, sağlık sektöründe "empati" ve "duyarlılık" daha önemliyken, ulaşımda "güvenilirlik" önemlidir. Bu nedenle Servqual boyutları ve her boyutun altındaki öğeler belirli bir uygulamaya uyacak şekilde değiştirilir (Mahapatra ve Khan, 2007:206). Mahapatra ve Khan (2007) Teknik Eğitim Sisteminde (TES) kalitenin değerlendirilmesi için Eduqual olarak bilinen bir ölçme aracı önermişlerdir. TES ile ilgili çeşitli kaynaklardan derlenen kırk üç anket maddesi Servqual esas alınarak belirlenmiştir. Veriler e-posta / posta / kişisel bağlantılara dayanan anket yöntemi ile Hindistan'da farklı teknik kurumların (hem özel hem de devlet) öğrencilerinden, mezunlarından, öğrenci velilerinden ve işe alım görevlilerinden toplanır. Önerilen Eduqual ölçeği 28 maddeden oluşur ve aşağıda açıklanan beş boyut belirlenir (Mahapatra ve Khan, 2007:206-207):

• Öğrenme çıktıları: taahhüt edilen hizmeti güvenilir ve doğru bir şekilde sunma yeteneği.

• Yanıt verebilirlik/hızlı çözüm oluşturma: müşterilere yardım etme, hızlı hizmet sunma istekliliği.

• Fiziksel tesisler: fiziksel tesisler, ekipman, personel ve iletişim malzemesi.

• Kişilik gelişimi: öğrencilerin kişiliğinin genel gelişimi, bilginin güçlendirilmesi.

• Akademisyenler: uzmanlık yetileri, müşteriye özel ilgi.

Narang (2012), Hindistan'da yönetim eğitimi alan 21-25 yaşları arasındaki öğrencilerin algılanan hizmet kalitesini ölçmek, yükseköğretimdeki yöneticilerin dikkatini iyileştirilmesi gereken hizmet alanlarına çekmek amacıyla Servqual ölçeğinin değiştirilmiş bir versiyonu olan Eduqual ölçeğini kullanarak üç devlet üniversitesinde yapmış olduğu araştırmada; Eduqual ölçeğinin -*fiziksel tesisler, öğrenme çıktıları, yanıt verebilirlik, kişisel gelişim ve akademik boyutunun*- tamamında negatif kalite boşlukları çıkmıştır. En yüksek negatif kalite boşluğu *fiziksel tesisler* boyutunda çıkarken en düşük negatif kalite boşluğu ise *akademik boyutta* çıkmıştır. Araştırma sonucuna göre üniversite öğrencileri, sunulan hizmetleri yüksek kalitede algılayabilmeleri için tüm kalite boyutlarında iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir. Bu kalite boyutlarından özellikle fiziksel tesisler ve kişisel gelişim boyutlarını içine kapsayan hizmetlerin acilen iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Yüksek kapasiteye sahip bilgisayarlar, modern teknolojilerle donatılmış kütüphanelerin öğrencilerin hizmetine sunulması önerilmektedir. Daha sonra, öğrenme çıktılarının iyileştirilmesi ön plana alınarak sırasıyla *yanıt verebilirlik* ve akademik boyutta öğrencileri memnun edecek hizmetlerin sunulmasının hedeflenmesi gerekmektedir (Narang, 2012: 367).

3.5.4. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Heqam Modelinin Kullanılması

Heqam -*ders müfredatı, personel, kariyer beklentileri, altyapı, e-hizmetler, kütüphane hizmetleri, idari hizmetler ve yerleşke kalitesini*- içeren 8 boyut olarak Kral Abdulaziz Üniversitesinde eğitim kalitesini değerlendirmek için uygulanmıştır (Noaman vd., 2013: 745). Noaman vd.(2017), Suudi Arabistan'da Kral Abdülaziz Üniversitesinde eğitimde kalite standardına ulaşabilmek için yükseköğretimde kalite değerlendirme modeli üzerine hem öğrenci hem de uzmanların görüşlerini dikkate alarak araştırmalarının sonucunda, -*ders müfredatı, personel, altyapı, kariyer beklentileri, idari hizmetler, kütüphane hizmetleri, e-hizmetler ve yerleşke kalitesi*- boyutlarından ders müfredatı hizmet kalitesi boyutunun en yüksek puanı aldığı sonucuna ulaşmışlar ve geliştirmiş oldukları esnek Heqam modelinin yükseköğretimde hizmet kalitesi algılarının öğrenilmesinde kullanılabileceğini ileri sürmüşlerdir. Müfredat, modern üniversitede hizmet kalitesinin oluşturulmasında önemli bir faktördür. Üniversitelerin uyguladıkları müfredatlar aracılığıyla akademik programların süresi belirlenebilmekte, derslerin içerikleri oluşturulabilmekte, ders değerlendirme sürecini etkileyen boyutlar belirlenebilmektedir. Belli bir eğitim

programının sonucunda elde edilecek sertifikalar başarı ölçütü olarak kabul edilebilmektedir. Üniversite yönetimi müfredatın geliştirilmesinde, profesörlere, kıdemli öğretim görevlilerine ihtiyaç duymaktadır. Bu öğretim elemanları oluşturacakları müfredatlarla akademik kalitenin artmasını sağlayabilecektir. Üniversitenin iyi bir alt yapıya sahip olması eğitim ve öğretim hizmetlerinin kalitesinin olumlu algılanmasına katkı sağlayabilmektedir. Sınıflar, öğrencilerle öğretmenler arasındaki iletişimi kolaylaştırabilmek için internet bağlantısı, projeksiyon cihazlarının kullanılması gibi etkenlerin, olumlu öğrenci algılamalarında etkisi bulunmaktadır (Noaman vd., 2017: 26-29).

3.5.5. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Tedperf Modelinin Kullanılması

Rodríguez-González ve Segarra (2016), Meksika'da yükseköğretim kurumlarında algılanan hizmet kalitesini öğrencilerin bakış açısından ölçmek, yeni bir ölçek olan yükseköğretim performans ölçeği olan Tedperf'i güvenilirlik, geçerlilik ve boyutluluk bakımından test etmek, geliştirmek, önemli hizmet kalitesi boyutlarını ortaya çıkarmak, akademik ve pratik katkı sağlamak amacıyla literatür taraması yapmışlar ve literatürde Eduqual, Coursequal ve HEdPERF ölçeklerinin yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçen ölçekler olduklarını görmüşler ve araştırmalarının sonucunda yükseköğretimde HEdPERF ölçeğine dayalı yeni bir hizmet kalitesi ölçeği olan Tedperf'i geliştirip doğrulamışlar, bu ölçeğin güvenilir, geçerli ve boyutlu olduğunu görmüşlerdir.

Devlet üniversiteleri ve özel üniversiteler, en iyi öğrencileri kendilerine çekebilmek için sürekli bir şekilde rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürmektedir. Üniversitelerin sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini iyileştirerek rekabet avantajı oluşturmasında sundukları hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi önem arz etmektedir (Rodríguez-González ve Segarra, 2016: 171). HEdPERF kaynaklı Tedperf modeli, yedi noktalı Likert ölçeği kullanan 18 ifade içerir. Tedperf'in boyutları -*akademik olmayan yönler, akademik yönler, itibar, erişim, program sorunları ve anlayış*- olmak üzere yükseköğretim için uyarlanmıştır (Toth ve Surman, 2019: 457).

Tedperf ölçeği, yükseköğretim kurumlarında algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesinde akademik katkı sağlayabilmektedir. Öğrencilerin memnuniyetlerinin

artırılması için bu ölçeğin doğrudan yükseköğretim kurumlarında uygulanarak bazı kalite faktörlerinin ortaya çıkarılması ise yükseköğretim kurumuna politikaların uygulanmasında katkı sunmaktadır (Rodríguez-González ve Segarra, 2016: 181).

3.5.6. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Pesperf

HEdPERF yükseköğretimde hizmet kalitesini ölçmek için literatürde en son geliştirilen ölçeklerden birisidir. Ancak HEdPERF, makro düzeyde (üniversite düzeyinde) hizmet kalitesini ölçmek için tasarlanmıştır ve daha genel bir ölçüm aracı olarak düşünülebilir. Yükseköğretimde, farklı akademik birimlerin benzersiz doğası nedeniyle, bir üniversite içindeki mikro düzeyler için çok daha dar odaklı yeni ölçekler geliştirilmesi gerekebilir (Yıldız ve Kara, 2009: 393). Servperf yaklaşımına dayalı olarak, Pesperf ölçeği üç faktör altında 30 maddeden oluşmaktadır: akademik yönler, empati ve erişim (Khalaf ve Khourshed, 2017: 630).

Yıldız ve Kara (2009), yükseköğretimde hizmet kalitesi algısını ölçmek için Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda 320 Spor Bilimleri öğrencileri üzerindeki araştırmalarında, -*empati, erişim ve akademik yönlerin*- yükseköğretimde hizmet kalitesinin belirleyicisi olduklarını, Pesperf (Physical Education and Sports Sciences Performance) ölçeğinin yükseköğretimde oldukça güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğunu ve bu ölçeğin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılabileceği sonucunu elde etmişlerdir. Pesperf ölçeği yükseköğretimde hizmet kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağlayabilmektedir. Üniversite yöneticileri, kurumlarının başarılarını sürdürebilmeleri için hizmet kalitesinin öneminin farkına vararak çalışmalarını iyileştirmeye yönelik önlemleri alması gerekmektedir. Öğrencilerin hizmet kalitesi algıları öğrenildikten sonra ortaya çıkan kalite boyutları, hangi boyutlara öncelik verilmesi gerektiği konusunda yöneticileri bilgilendirmektedir. Yöneticilerin ortaya çıkan -*erişim, empati ve akademik kalite*- boyutlarını dikkate alarak faaliyetlerine yön vermesi, öğrencilerin hizmet kalitesi algılarının artırılmasını sağlayabilmektedir. Bu yüzden Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda belirli aralıklarla Pesperf ölçeği kullanılarak öğrencilerin algıladıkları kalitenin öğrenilmesi tavsiye edilmektedir (Yıldız ve Kara, 2009: 409-410).

3.5.7. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Hesqual Modelinin Kullanılması

Hesqual ölçeği hizmet kalitesinin teknik ve işlevsel yönlerini teorik olarak farklı iki kavram olarak ele almakta ve bunların imaj, algılanan değer ve memnuniyet üzerindeki etkilerini analiz etmektedir. Hesqual ölçeği, yükseköğretim hizmet kalitesinin hem işlevsel hem de teknik yönünü bütünleştirir (Teeroovengadom vd., 2019: 429-430).

Teeroovengadum vd. (2016), gelişmekte olan Mauritus devletinde yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla hiyerarşik bir model geliştirmek ve bu modeli ampirik olarak test etmek amacıyla yükseköğretimde hizmet kalitesinin işlevsel, teknik yönü ve dönüştürücü kalite kavramları dikkate alınarak önce akademisyenler üzerinde nitel, sonra 207 öğrenci üzerinde nicel araştırmalarının sonucunda; Hesqual ölçeğinin beş temel boyutunun olduğu bu boyutların -*idari kalite, temel eğitim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, destek tesisleri kalitesi ve dönüştürücü kalite*- olduğu ve literatürdeki kalite boyutlarıyla öğrencilerden odak grup görüşme yöntemiyle elde edilen kalite boyutlarının tutarlı olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, yükseköğretimde kalitenin algılanmasında 48 maddeden oluşan beş ana boyut ve dokuz alt boyuttan oluşan hiyerarşik modelin uygun bir model olduğunu göstermiştir. Yükseköğretim sektöründe pazarlama ve uluslararasılaşma anlayışı devam ettiği sürece yükseköğretim kurumları sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini artırabilmek için çaba göstermek zorunda kalacaktır. Eğitim kalitesinin sürekli iyileştirilmesinde Hesqual ölçeği bir çerçeve sağlamakta ve yükseköğretimde bu ölçeğin kullanılması tavsiye edilmektedir (Teeroovengadum vd., 2016: 254).

3.5.8. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Önem-Performans Analizi (IPA Importance-Performance Analysıs)

Servperf gibi IPA da tüketicilerin kaliteyi farklı değerlendirme kriterlerine verdikleri önemi tanımlamayı araştıran mutlak bir performans ölçüsüdür. Önem farklı kalite niteliklerine tüketiciler tarafından verilen göreli değeri ifade eder. Yüksek önem oranları tüketici tatminini belirlemede daha kritik bir role sahipken, düşük önem oranlarının genel algıları etkilemede daha az rolü vardır (O'Neill ve Palmer, 2004: 43).

Rafik ve Priyono (2018) Endonezya'nın en eski bir yükseköğretim kurumu olan Universitas Islam Indonesia'da 1970-2000 yılları arasında İktisat Fakültesinden mezun olmuş öğrencilerin İslam yükseköğretim kurumlarına yönelik algıladıkları kalite, değer ve müşteri memnuniyeti arasındaki nedensel ilişkiyi belirlemek, önem performans analizi kullanılarak yükseköğretimde uygun bir model bulmak amacıyla araştırmalarında, ders müfredatı tasarımı, öğretim elemanı değerlendirmesi, İslami değerler gibi niteliklerin mezun öğrencilerin algılanan değerlerini olumlu bir şekilde etkileyebileceği, İslami değerlerin bir boyut olarak ortaya çıkarak diğer kalite boyutları üzerindeki etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer bir ifadeyle Fakültelerin İslami değerleri öğrencilere aktarabilme ve öğrencileri bu değerler doğrultusunda yönlendirebilme yeteneğinin öğrencilerin elde edecekleri bilgiler üzerinde en önemli etken olduğu sonucunu belirlemiştir. Bu etkenlerin mezun öğrencilerin memnun olmasını sağlamasına katkı sağlayacak en önemli unsurlar olduğu şeklinde sonuçlara ulaşmışlardır. Bu nedenle, yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutunun belirlenmesinde sosyal-kültürel ve dinsel yönlerin de dikkate alınması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Önem-performans analizi kullanılarak yapılan bu araştırma, yükseköğretim kurumlarına iyileştirilmesi gereken hizmet alanlarıyla ilgili stratejilerin oluşturulmasında önemli bilgiler sunmaktadır (Rafik ve Priyono, 2018: 1411).

Angell vd. (2008), mezun öğrencilerin lisansüstü eğitimde hizmet kalitesi algılarına yönelik kalite değerlendirmelerinde kullanılmak üzere hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek, algılanan hizmet kalitesi ölçümünde İngiltere'de bir yükseköğretim kurumunda önem- performans analizinin uygunluğunu analiz etmek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarının sonucunda -*akademik, maliyet, endüstri bağlantıları ve boş zaman*- şeklinde 4 hizmet kalitesi boyutu ortaya çıkmıştır. Lisansüstü öğrencileri akademik ve endüstri bağlantısı boyutlarını maliyet ve boş zaman boyutlarından daha önemli görmüşler, İngiltere'deki bu örnek ile önem performans analizi uygulamasının diğer eğitim kurumları tarafından da başarılı bir şekilde uygulanabileceğini önermişlerdir. Önem performans analizi kullanılarak yükseköğretimde öncelik verilmesi gereken hizmet alanları belirlenebilmektedir. Yükseköğretim kurumları sundukları hizmetlerin kalitesini iyileştirebilmekte ve kaynaklarını en iyi şekilde, hizmet sunulacak alanlara orantılı bir şekilde tahsis edebilmektedir (Angell vd., 2008: 236).

O'Neill ve Palmer (2004), Batı Avustralya'da büyük bir devlet üniversitesinde yükseköğretimde kalite iyileştirme çabalarını değerlendirmek ve yönetmek, idari birimler tarafından sunulan hizmetlerin kalitesini ortaya çıkarabilmek için önem performans analizi aracılığıyla öğrencilerin yükseköğretimde kalite algılamalarını içeren araştırmalarında; eğitim hizmetlerindeki sorunlu alanlar ve performansların belirlenerek öğrencilerin bakış açısıyla fiziksel tesislerin geliştirileceği, eğitim sisteminin tasarlanabileceği, pazar bölümlemesi yapılabileceği, karar vermeyle ilgili yükseköğretim yöneticilerinin birçok alanda bilgi sahibi olacağını ileri sürmüşlerdir. Yükseköğretimde pazarlama stratejilerinin oluşturulmasında uygulama kolaylığı bulunan önem-performans analizi kullanılarak, tüketicilerin yükseköğretim kurumlarında sorunlu gördükleri hizmet alanları belirlenebilmektedir (O'Neill ve Palmer, 2004: 43). Bu yüzden, yükseköğretim kurumları öğrencilerin hizmetleri nasıl algıladıklarını öğrenebilmek için önem-performans analizini gerçekleştirmelidirler. Araştırma sayesinde üniversite yönetimi, pazarı bölümlendirerek yükseköğretim ortamında kendisini konumlandırabilmekte, çekirdek müfredat programlarını hazırlayabilmekte, iletişim kanalları gibi birçok alanda neler yapması gerektiğini öğrencilerden aldıkları bilgiler sayesinde yönlendirebilmektedir (O'Neill ve Palmer, 2004: 50).

Joseph ve Joseph (1997), Yeni Zelanda'da işletme öğrenimi gören üniversite öğrencilerinin yükseköğretimde algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amacıyla araştırmalarında kendi geliştirmiş oldukları önem-performans analizi ölçeğini kullanmışlardır. Bu ölçek aracılığıyla, öğrencilerin mükemmel üniversite ve kendi üniversiteleri hakkındaki algıları, yükseköğretimde sıraladıkları en önemli özellikler ve öğrencilerle ilgili diğer bilgiler öğrenilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda -*program sorunları, kariyer fırsatları, maliyet/zaman, konum, akademik itibar, fiziksel yönler ve diğerleri*- şeklinde yedi tane kalite boyutunun olduğu görülmüştür. Öğrenciler akademik itibar boyutunu en önemli kalite boyutu görürken diğer kalite boyutları önem sırasına göre yüksekten düşüğe kariyer fırsatları, program sorunları, maliyet/zaman, fiziksel yönler, konum ve diğer kalite boyutları şeklinde sıralanmıştır. Öğrenciler akademik itibara sahip bir kurumu, ulusal ve uluslararası alanlarda tanınmış, prestijli bir derece programına ve mükemmel kalitede eğitmenlere sahip bir kurum şeklinde değerlendirmiştir. Uzmanlık programları, esnek programlar, değişik ders seçeneklerinin mevcudiyeti gibi faktörler program sorunları kategorisini

oluşturmaktadır. Üniversitenin çekici kampüs ortamı, spor ve rekreasyon tesisleri, konaklama yerlerinin kaliteli olması gibi özellikler fiziksel yönler boyutu içerisinde değerlendirilmektedir. Bir dereceyi tamamlayabilmek için harcanılan süre ve bu dereceyi elde etmenin maliyeti maliyet/zaman boyutu şeklinde ifade edilmektedir. Bir yükseköğretim kurumunun bulunduğu yer coğrafi konum ile ilgilidir. Öğrencilerin yükseköğretim kurumundan derece aldıktan sonra istihdam edilebilirliği ve yükseköğretim kurumunun öğrencilere kariyer fırsatları konusunda sunduğu bilgiler, kariyer fırsatları kapsamında görülmektedir. Diğer kategorisinde yer alan kalite boyutu ise akran bilgilendirmeleri, ağızdan ağıza pazarlama gibi boyutlardan oluşmaktadır Öğrencilerin çoğu (%67) üniversitenin eğitim hizmetlerinden memnun kalmışlardır. Kız öğrenciler fiziksel yönler, konum ve ağızdan ağıza pazarlama gibi kalite boyutlarını erkek öğrencilere göre daha önemli görmüşlerdir (Joseph ve Joseph, 1997: 18).

3.5.9. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde PG-SQ (Postgraduate Service Quality)

Khalaf ve Khourshed (2017), yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümünün lisans öğrencilerinin algılarına dayalı olması, lisansüstü eğitimde kalitenin değerlendirilmesinin sınırlı olması nedenleriyle PG-SQ modelini lisansüstü eğitimde hizmet kalitesinin performansa dayalı bir ölçümü amacı ile uyguladı. PG-SQ Mısır'da lisansüstü yükseköğretim öğrencileri ile eğitim alanında SQ'nun değerlendirilmesinde önemli ölçüde kabul gören geçerlilik ve güvenilirlik gösteren maddelerin lisansüstü öğrencilerinin kendilerine sunulan hizmetlerin kalitesine bakış açısını değerlendirmek için toplam 43 maddenin modifiye edilmesinden oluşmakta idi. Keşifsel ve uygulanan anket araştırmalarının sonucunda -*akademik personelin yetkinliği, personel güvenilirliği, yanıt verme, program tasarım ve düzenlemeleri, somut unsurlar, güvence, empati, enstitü imajı, bilgiye erişim ve zaman yönetimi*- yükseköğretimde kalite boyutlarını belirlemişlerdir. Bu boyutlar içerisinde en önemli boyut *akademik personel yetkinliği* boyutudur. PG-SQ modelinin kalite boyutları yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçüm modelleriyle ilgili yapılmış olan daha önceki araştırmalardan biraz farklılık göstermektedir.

Bu araştırma Mısır'da işletme yönetimi ve kalite yönetimi alanlarında uzmanlaşmış iki lisansüstü programda öğrenim gören öğrencilerle sınırlı olduğundan

hizmet kalitesi boyutları farklı üniversite ve farklı kültürler için değişkenlik gösterebilmektedir. PG-SQ modelinin literatüre katkısı üç değişik biçimde ele alınmaktadır. İlk olarak bu araştırma yükseköğretimde lisansüstü hizmetlerinin belirli yönlerine dikkat çekerek performansa dayalı bir ölçek olan PG-SQ modelinin geliştirilmesini sağlamıştır. İkincisi, bu araştırmanın bir Mısır Üniversitesinde yüksek lisans öğrencileri üzerinde yapılmış olması nedeniyle öğrencilerin gerçek deneyimlerinin öğrenilmesini sağlayabilecek ilk araştırma niteliğinde bir araştırma olduğu düşünülmektedir. Üçüncü olarak bu araştırma, lisansüstü programlarda evrensel bir şekilde geliştirilebilecek diğer araştırmalar için orijinal bir araştırma özelliği taşımaktadır (Khalaf ve Khourshed, 2017: 642).

3.5.10. Yükseköğretimde Kalite Ölçümünde Diğer Bazı Araştırmalar

Clemes vd. (2013), Çin'de bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 350 öğrencinin -*davranışsal niyet, memnuniyet, hizmet kalitesi, algılanan değer ve üniversite imajı*- arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla çok düzeyli bir modelleme yaklaşımı kullanarak yapmış oldukları araştırmalarında; hizmet kalitesinin 3 ana boyut ve 13 alt boyuttan oluştuğu, birinci boyut olan *etkileşim kalitesinin*; kişisel iletişim, uzmanlık, yönetici personel, ders içeriği, tutum ve davranışlardan oluştuğu, ikinci boyut olan *fiziksel çevre kalitesinin*; fiziksel tesisler, konaklama tesisleri, sosyal yaşam, kütüphane, güvenlik ve sosyal aktivitelerden oluştuğu, üçüncü boyut olan *sonuç kalitesinin*; kişisel gelişim ve akademik gelişim alt boyutlarından oluştuğu, hizmet kalitesinin üniversite imajı ve algılanan değer üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu, hizmet kalitesi ve üniversite imajının memnuniyetin sağlanmasına katkı sağladığı, algılanan değerin memnuniyet üzerindeki etkisinin önemsiz bulunmakla birlikte, hizmet kalitesi ve memnuniyet üzerindeki etkisinin orta seviyede olduğu belirlenmiştir. Bu araştırma, Çin'deki yükseköğretim sektöründe hizmet kalitesinin kavramsallaştırılmasında ortaya çıkmış olan -*etkileşim kalitesi, fiziksel çevre ve sonuç kalitesinin*- öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin öğrenilmesinde kullanılabileceğini doğrulamaktadır. Ayrıca bu araştırmada 3 temel boyut altında toplanmış olan 13 alt boyut yükseköğretim kurumlarının sunmuş oldukları hizmetlerin fayda yönüne odaklandığından önemli görülmektedir. Araştırma sonucunda hizmet kalitesinin çok düzeyli ve çok boyutlu olduğu görülmüştür (Clemes vd., 2013: 414).

Douglas vd. (2008), İngiltere'deki Liverpool John Moores Üniversitesi'ndeki 163 lisans öğrencilerinin yükseköğretimde algıladıkları hizmet kalitesinin değişkenlerini, bu değişkenlerin öğrenci memnuniyetine ya da memnuniyetsizliğine neden olan faktörlerle, öğrenci sadakatiyle ilgili faktörleri belirlemek ve kavramsal bir öğrenci memnuniyeti modeli sunmak amacıyla öğrencilerin yükseköğretimde hem olumlu hem de olumsuz gördükleri olayları kritik olay tekniğini kullanarak belirlemeyi amaçladıkları araştırmalarında; yükseköğretimde yöneticilerin -*yanıt verebilirlik, iletişim ve erişim*- boyutlarına odaklanıp öğretim, öğrenme değerlendirme alanlarında duyarlı olunması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçları, üniversite yöneticilerinin öğrenme, öğretim alanlarında duyarlı, iletişim kanallarını en iyi şekilde oluşturmaları gerektiğini ortaya çıkarmıştır. Üniversite yöneticileri öğrencilere sunulan destek hizmetlerinde -*erişim, yanıt verme ve iletişim*- faktörlerini dikkate alması gerekmektedir. Üniversite yönetimi çok kolay olmamakla birlikte bu faktörleri dikkate alıp tatminsizlikleri en aza indirerek öğrencilerin okullarına bağlılıklarını artırabilmekte, yeni öğrencilerin kayıt olmasını sağlayarak üniversitenin finansal bakımdan istikrarını sağlayabilmektedir. Ayrıca, kritik olaylar tekniği araştırmaya katılan kişilerin deneyimlerini ve düşüncelerini çekinmeden ifade etmesine olanak sağladığından etkili bir yöntem olarak görülmektedir (Douglas vd., 2008: 19).

Jain vd. (2011), yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesi modelini geliştirmek ve kalite boyutlarını öğrenmek amaçlı araştırmalarının sonucunda, -*program kalitesi ve yaşam kalitesi*- şeklinde iki ana boyut bulmuşlardır. *Program kalitesi boyutunun*; girdi kalitesi, ders müfredatı, akademik tesisler ve üniversite sanayi işbirliği alt boyutundan oluştuğu, *yaşam kalitesi boyutunun* ise; akademik olmayan yönler, fiziksel ya da destek tesisleri, kampüs ve etkileşim kalitesinden oluştuğu, hizmet kalitesinin çok boyutlu ve hiyerarşik bir yapıda olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu model aracılığıyla yükseköğretim kurumlarındaki yöneticiler çok boyutlu olan hizmet kalitesini analiz edebilmektedir. Program kalitesi ve yaşam kalitesi yükseköğretimde sunulan hizmetlerin kalitesinin ortaya çıkarılmasında önemli boyutlar şeklinde değerlendirilmektedir. Yükseköğretim kurumlarında yöneticilerin bu iki boyut ve bu boyut altında toplanmış alt boyutları da dikkate alarak sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini iyileştirmeye yönelik gerekli önlemleri alması tavsiye edilmektedir (Jain vd., 2011: 309).

Sultan ve Yin Wong (2012), farklı etnik kökene sahip 528 öğrenci üzerinde yükseköğretimde hizmet kalitesinin öncüllerini ve sonuçlarını birleştirerek hem nicel hem de nitel araştırma yöntemlerini uygulayarak, entegre bir model geliştirmeyi amaçladıkları araştırmada; hizmet kalitesinin sonucunun *güven, memnuniyet ve imajdan* oluştuğu, *pazarlama iletişimi* bilgilerinin yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesini doğrudan etkileyebileceği, bu bilgilerin geçmiş deneyimlerden daha önemli bir boyut olduğu, algılanan hizmet kalitesinin bu modelde önemli bir işlevinin olduğu, imajlarını geliştirmek isteyen üniversitelerin, *pazarlama iletişimi, hizmet kalitesi, güven ve öğrenci memnuniyetine,* odaklanmaları gerektiği şeklinde sonuçlara ulaşmışlardır. Yükseköğretim yöneticilerinin, potansiyel öğrencileri üniversitelerine çekebilmek için öğrencilere iletilecek mesajın içeriğine, vaat edilecek hizmetlerin güvenilirliğine dikkat etmesi gerekmektedir. Üniversitedeki yöneticiler, üniversitelerini pazarlayabilmek için resmi iletişim kanallarını bilgileri verimli bir şekilde iletebilecek şekilde tasarlayabilmelidir. Resmi iletişim kanalarında sunulmuş olan bilgiler, üniversitenin geçmiş yıllarda sergilemiş oldukları performansın ve hizmet kanıtının bir göstergesidir. Bu performans göstergeleri kanıtlarıyla birlikte üniversitenin sunduğu hizmetlerin algılanmasında önemli rol oynayabilmekte, algılanan hizmet kalitesi üniversitenin güven, memnuniyetini pozitif yönde etkileyebilmektedir (Sultan ve Yin Wong, 2012: 773-774).

Sultan ve Yin Wong (2013), Avustralya'da bir üniversitede hizmet kalitesinin önemli öncülleri, boyutları ve sonuçlarıyla ilgili lisans ve yüksek lisans öğrencileri üzerinde kalite algılarını araştırmak, odak grup görüşmesi yöntemiyle (19 öğrenci) teorik bir model geliştirmek amaçlı araştırmalarında; algılanan hizmet kalitesinin önemli öncüllerinin *bilgi ve geçmiş deneyim* olduğu, *akademik, idari ve tesislerin* algılanan hizmet kalitesi boyutları olduğu, *öğrenci memnuniyeti ve güveninin* algılanan hizmet kalitesi ile doğrudan ve pozitif bir ilişkiye sahip olduğu, marka performansı ve davranışsal niyetin algılanan hizmet kalitesiyle memnuniyet ve güven aracılığıyla dolaylı bir ilişki içerisinde olduğu sonucunu belirlemişlerdir. Bu araştırmada yükseköğretimde -*bilgi, geçmiş deneyim ve marka performansı*- temaları bulunmuş ve bu temaların hizmet kalitesi ile ilişkili oldukları görülmüştür. Bu modelde algılanan hizmet kalitesinin teorik modelde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür. Üniversitede dersler etkili ve verimli bir şekilde tasarlanabilmeli, öğrencilerin sorularını düzgün bir şekilde cevaplayabilecek nitelikte idari personeller istihdam

edilebilmelidir. Çalışan personelin sorumluluklarını iyi bir şekilde yerine getirememesi üniversitenin algılanan hizmet kalitesini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Her yıl öğrenci sayılarını artırmak isteyen yükseköğretim kurumları, öğrencilerin üniversiteye duydukları memnuniyetleri, güvenleri, mevcut durumlarını, konumlarını ve davranışsal niyetlerini düzenli aralıklarla ölçmesi gerekmektedir. Bu şekilde üniversite yönetimi, kayıt olan öğrenci sayılarını artırabilmekte, marka imajını olumlu yönde etkileyebilmekte, üniversitedeki programların ve derslerin pazarlanabilirliğini artırabilmektedir (Sultan ve Yin Wong, 2013: 85).

Arrieta ve Avolio (2020) Peru'da özel bir üniversitede eğitim hizmetinin kalitesini etkileyen faktörleri öğrencilerin ve mezunların algılarına dayalı olarak inceledi. Öğrencilerin ve mezunların algılarına dayalı olarak, çalışma yüksek öğrenimi yönlendiren üç boyut -*akademik, idari ve hizmetler*- olarak belirlendi. Bu boyutlarda, eğitim hizmetinin kalitesini belirleyen 10 faktöre veya altta yatan boyutlara bölünmüştür. Spesifik faktörler profesörler, öğretim görevlileri, müfredat, ders dışı etkinlikler, üniversite altyapısının konumu ve tanınması, kütüphane, kabul, fakülte ve yetkililerle yeterli iletişim mekanizmaları ve diğer hizmetlerdir. Eğitim hizmetinin temel kalite göstergeleri profesörler ve müfredat haritasıydı. Öğrenciler eğitim hizmetini kullandıkça, "ne" hizmet aldıklarından daha çok hizmeti "nasıl" aldıklarına odaklandılar, yani sürecin kalitesini değerlendirdiler. Bunun aksine, mezunlar işlevsel hizmet kalitesine daha fazla ilgi gösterdiler. “Aldıklarının” kalitesini, yani sonucu değerlendirdiler.

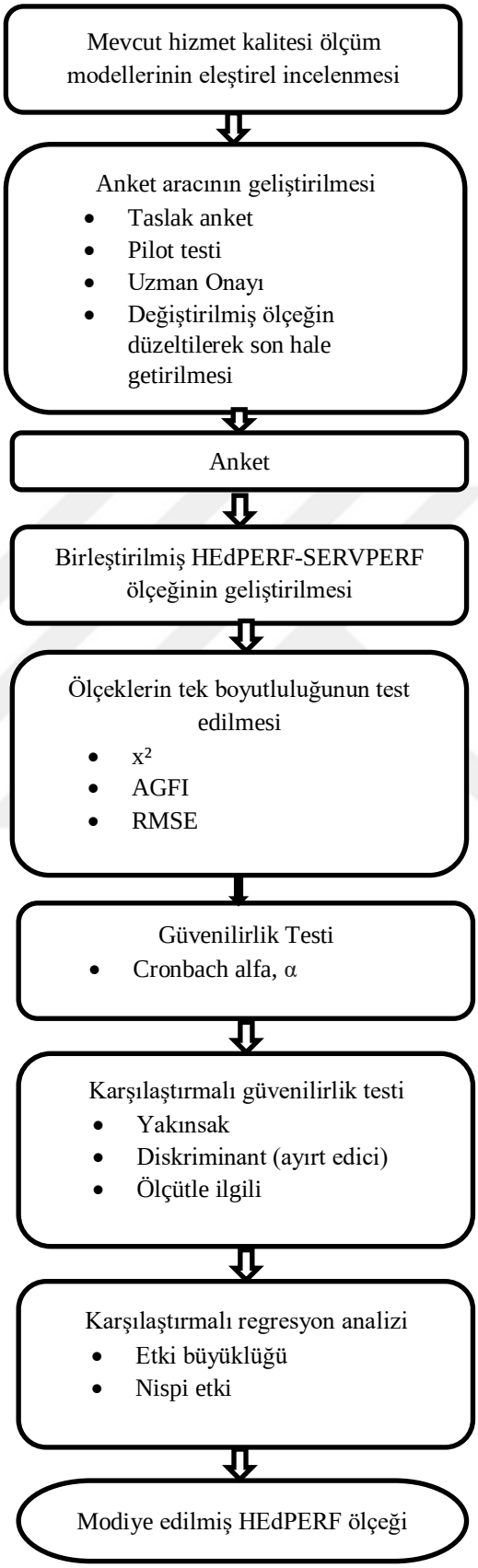
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE ÖLÇÜMÜNDE HEdPERF ÖLÇEĞİ

4.1. HEdPERF ÖLÇEĞİ

Eğitimin küresel bir ortamda gelişmesi, hükümetin yükseköğretim kurumlarına vermiş olduğu ekonomik desteği azaltması gibi etkenler günümüzde yükseköğretim kurumlarını rekabet avantajı sağlayacak şekilde eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdürmeye teşvik etmektedir. Bu gelişmeler yükseköğretim kurumlarının, öğrencilerin eğitim ve öğretim deneyimlerinden faydalanma ihtiyacı hissetmesine neden olmuş (Abdullah, 2006b: 72) ve yükseköğretimde müşteri odaklılık anlayışı kabul görmüştür (Abdullah, 2006c: 570). Yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçümünde HEdPERF ölçeği geliştirilmiş olmakla birlikte (Abdullah, 2005), yükseköğretim kurumlarında kalitenin değerlendirilmesinde ve ölçülmesinde, buraya kadar açıklanan kriterler, ölçekler, modeller ve göstergelerden yaygın olarak yararlanıldığı bilinmektedir. Yükseköğretim kurumları, sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini öğrenebilmek amacıyla öğrencilerin kalite algılamalarına öncelik vermiş bu amaçla Servqual ve Servperf gibi hizmet kalitesi ölçümü modellerini kullanmışlardır. Eğitim sektörünün kendine özgü karakteristik özelliklerinin bulunması ve öğrencilerin eğitime yönelik kalite algılamalarında Servqual ve Servperf ölçeklerinin eksiklikleri bulunması (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 123) nedenleriyle yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümünde HEdPERF ölçeği geliştirilmiştir. Şekil 4.1'de Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesinde Ölçüm Modelinin (HEdPERF) Belirlenmesi Amacıyla İzlenen Aşamalar açıklanmaktadır.

Şekil 4.1: Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesinde Ölçüm Modelinin (HEdPERF) Belirlenmesi Amacıyla İzlenen Aşamalar



Kaynak: Abdullah, 2005: 309

Abdullah (2005), yükseköğretim sektörüne özgü yeni bir ölçek olan HEdPERF ölçeğini test etmek, Servperf ve birleştirilmiş HEdPERF-Servperf ölçeğiyle karşılaştırarak hangi ölçeğin yükseköğretimde hizmet kalitesi algısını daha iyi ölçtüğünü belirlemek amacıyla, Malezya'da iki devlet, bir özel üniversite ve bir özel kolejde 381 öğrenci üzerinde Ocak ve Mart 2004 tarihleri arasında araştırma yapmıştır. Araştırmasında 41 maddelik HEdPERF ölçeğinin değiştirilmiş beş boyutlu, -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar ve program konuları*- yapısının tek boyutluluk, güvenilirlik, geçerlilik yönünden Servperf ölçeğine göre varyansı daha iyi açıkladığı sonucuna ulaşmıştır. Diğer bir ifadeyle modifiye edilmiş HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini daha iyi ölçtüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Öğrenciler, yükseköğretimde algılanan hizmetlerin kalitesinin belirlenmesinde erişim boyutunu en önemli boyut olarak algılamıştır. Abdullah (2005), bu zamana kadar HEdPERF, Servperf ve HEdPERF-Servperf ölçeklerinin birbirleriyle karşılaştırılmadığını, bu araştırmanın bu yönüyle hizmet pazarlaması literatürüne benzersiz bir katkı sunduğunu ifade etmiştir. Ayrıca HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesinde hizmet ortamları dikkate alındığında, diğer ölçeklere göre daha iyi ve uyumlu ölçek olduğunu savunmaktadır (Abdullah, 2005: 320). HEdPERF ölçeği, yükseköğretim sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesinde en gelişmiş ölçme aracı olarak görülmektedir (Banahene vd. 2018: 99).

Servperf maddeleriyle birleştirilmiş HEdPERF ölçeği, yükseköğretim sektöründe benzersiz bir şekilde tasarlanmış ve ampirik olarak test edilmiştir. Yükseköğretim kurumunda öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesinin boyutlarının öğrenilmesi amacıyla faktör analizi yapılmıştır. HEdPERF ölçeğinin maddelerinin 13 tanesi Servperf ölçeğindeki maddelerden alınarak HEdPERF ölçeğine uyarlanmıştır. Nitel araştırma sonucunda HEdPERF ölçeğine 28 madde daha ilave edilerek 41 maddeden oluşan bir HEdPERF ölçeği literatüre kazandırılmıştır. Öğrencilerden verilerin elde edilebilmesi için hazırlanan HEdPERF ölçeği A, B, C, D şeklinde dört bölümden oluşmaktadır. Ölçeğin A Bölümünde öğrencilerin cevaplandıracağı dokuz demografik özellikleri içeren sorular bulunmaktadır. Ölçeğin B ve C bölümlerinde öğrencilerin yalnızca algılarının ölçülmeye çalışıldığı hizmet bileşenleriyle ilgili sorular öğrencilere sorulmuştur. Ölçeğin B bölümünde, 22 maddelik Servperf ölçeğindeki sorular yükseköğretim kurumlarına uyarlanacak şekilde düzenlenmiştir. C bölümündeki sorular, HEdPERF ölçeğinden çıkartılmış olan 41 maddeden oluşmaktadır. Bölüm B

ve C'de yer alan tüm maddeler, ölçekte ifadeler olarak 1= kesinlikle katılmıyorum ve 7= kesinlikle katılıyorum ifadeleri arasında değişen yedi puanlı likert ölçeği şeklinde düzenlenmiştir. Bölüm D'de öğrencilerin hizmet kalitesi, memnuniyet düzeyleri ve gelecekteki ziyaretlerle ilgili bilgiler derecelendirme yöntemiyle öğrenilmeye çalışılmıştır. Ayrıca D bölümünde, öğrencilerin hizmet kalitesinin nasıl iyileştirilmesi gerektiğine yönelik kişisel görüşlerini açıklayabilecek üç tane açık uçlu soru sorulmuştur (Abdullah, 2005: 308-310).

Abdullah (2005), araştırmasını Malezya'da iki devlet üniversitesi, bir özel üniversite ve üç özel kolejde 381 öğrenci üzerinde gerçekleştirmiştir. Araştırmasının bu sınırlılığı nedeniyle HEdPERF ölçeğinin yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesinin ölçülmesinde üstün olacağına yönelik yargının erken olacağını ifade etmekle birlikte, hizmet kalitesi ölçüm modellerini birbirleriyle karşılaştırarak HEdPERF ölçeğini literatüre kazandırmıştır (Abdullah, 2005: 305). Değiştirilmiş HEdPERF ölçeğinin, yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde, önemli olan hizmet alanlarında diğer ölçeklere göre daha spesifik olma niteliği taşıdığı görülmüştür (Abdullah, 2005: 319). HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini daha güvenilir ölçtüğü ileri sürülmektedir (Açan ve Saydan, 2009: 228). Yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesi performansına dayalı bir ölçek olan HEdPERF ölçeği aşağıda açıklanan boyutlardan oluşmaktadır (Abdullah, 2005: 312; Abdullah, 2006b: 79; Abdullah, 2006c: 575; Brochado, 2009: 177):

Akademik Boyut: Akademisyenlerin öğrencilere sunduğu eğitim ve öğretim hizmetlerinden oluşmaktadır. Bu hizmetler akademisyenlerin öğrencileri yönlendirme, araştırma yapmaya teşvik etme, öğrencilerle iyi iletişim kurarak geri bildirimleri iyi bir şekilde değerlendirme ve onlara danışmanlık yapma gibi hizmetlerden oluşmaktadır. Akademik personel tarafından öğrencilere sunulan bu hizmetler akademisyenlerin sorumluluklarını ifade eden maddelerden oluşmaktadır.

Akademik Olmayan Boyut: Öğrencilerin öğrenimleri süresince gerekli ihtiyaçlarının karşılanabildiği hizmetlerden oluşmaktadır. Öğrencilere eşit bir şekilde saygı gösterilerek bilgilerin gizliliği ve korunması ilkesine dikkat edilmesi, akademik olmayan personelin iyi iletişim becerilerine ve hizmetleri zamanında

sunması gibi ifadeler bu boyut içerisinde yer almaktadır. Bu hizmetleri, yükseköğretim kurumlarında, idari veya destek personeli öğrencilere sunmaktadır.

Erişim Boyutu: Hem akademik hem de akademik olmayan personelin ulaşılabilirliği ve iletişim kolaylığı gibi unsurları ifade eden özelliklerden oluşmaktadır.

İtibar Boyutu: Yükseköğretim kurumunun sunmuş olduğu hizmetler aracılığıyla kendi profesyonel imajını öğrencilere yansıtma yeteneğinden oluşmaktadır.

Sunulan Programlar Boyutu: Öğrencilerin yükseköğretim kurumları tarafından kendilerine sunulan esnek müfredat ve akademik programların geniş ve saygın kalitesini ifade etmektedir.

Anlayış Boyutu: Öğrencilere danışmanlık ve sağlık hizmetlerinin kişiselleştirilmiş bir şekilde sunulmasını ve öğrencilerin özel ihtiyaçlarının anlaşılmasını ifade eden bir boyuttur.

Hizmet kalitesi sorunları, hizmet pazarlaması literatüründe ve yükseköğretim sektöründe araştırmacıların ilgi odağı olmuştur. Hizmet kalitesi, malların kalitesinden daha zor bir şekilde ölçülebilmektedir. Hizmet sektöründe bu zorluğu giderebilmek için Servqual, Servperf ve HEdPERF gibi sektöre özgü ölçekler kullanılarak tüketicilerin hizmet kalitesi algıları öğrenilmeye çalışılmaktadır (Danjuma vd. 2018: 127).

Brochado (2009), Servqual, Servperf, önem ağırlıklı Servqual, önem ağırlıklı Servperf ve HEdPERF hizmet kalitesi modellerinin hangilerinin yükseköğretimde en iyi kalite ölçüm özelliğine sahip olduğunu belirlemek amacıyla 2007 yılında Portekiz'de bir Lizbon Üniversitesinde 360 lisans öğrencisi üzerinde araştırma yürütmüştür. En önemli kalite boyutlarının -*güvenilirlik, duyarlılık, güvence, empati ve somut*- boyutlar şeklinde sıralandığı görülmüştür. Servperf, önem ağırlıklı Servperf ve Servqual ile önem ağırlıklı Servqual modellerinde iyileştirilmesi gereken boyutun somutluk boyutu olduğu, HEdPERF ve Servperf ölçeklerinden hangisinin yükseköğretimde kalite algısını daha iyi ölçtüğünü belirtmenin mümkün olamayacağı

şeklinde sonuçlara ulaşmıştır. Bu araştırma, yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümüyle ilgili beş tane alternatif ölçeğin hangisinin yükseköğretimde hizmet kalitesini daha iyi ölçtüğünün belirlenebilmesi amacıyla literatüre katkıda bulunmaktadır. Beş ölçme aracının kaliteyi ölçme yetenekleri yalnızca tek bir fakültedeki öğrencilerin üzerinde uygulanmıştır. Bu nedenle Servperf ve HEdPERF ölçeklerinin en iyi ölçüm kabiliyetine sahip olduğu sonucu genelleştirilememektedir. Sonuçların genelleştirilebilmesi için diğer yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrenciler üzerinde daha fazla araştırmanın yapılması gerekmektedir. Araştırmanın sonucunda, tüm ölçeklerdeki kalite boyutlarının ileride yapılacak ziyaretler, üniversiteyi bir arkadaşına tavsiye etme ve genel memnuniyet niyetleri ile pozitif bir korelasyona sahip olduğu görülmüştür. Sonuçlar değerlendirildiğinde, beş ölçek ölçüm yetenekleri bakımından iyi sonuçlar vermiş ancak, en iyi ölçüm yeteneğine Servperf ve HEdPERF ölçeklerinin sahip olduğu görülmüştür.

Yükseköğretim kurumları hizmet kalitesi konularına önem vermektedir. Ancak, yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesinin, hangi hizmet kalitesi ölçüm modelleriyle ölçülmesi gerektiği konusunda sıkıntılar yaşanmaktadır. Brochado (2009)'nun araştırmasının sonucunda, yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesinde hangi ölçeğin daha iyi hizmet kalitesini ölçtüğüne yönelik kesin bir sonuç ortaya çıkmamıştır. Yalnızca Servperf ve HEdPERF ölçeklerinin ikisinin de yükseköğretimde kalite algılarını eşit derecede ölçtüğü sonucuna ulaşılmıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde en uygun ölçüm modellerinin uygulanması, yükseköğretimdeki yöneticilerin sunmuş oldukları hizmetleri en iyi şekilde değerlendirmesini sağlayabilecektir. Bu şekilde, yükseköğretimde hizmet sunumunda ortaya çıkmış olan sorunlar giderilerek hizmetlerin daha iyi bir şekilde tasarlanması ve öğrencilerin hizmetlerden memnun kalmaları sağlanabilecektir (Brochado, 2009: 174-175).

Yükseköğretimde hizmet kalitesi ülkelerin ekonomilerinin geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu yüzden yükseköğretim kurumları müşteri odaklı anlayış doğrultusunda hizmetlerini sunmaya önem vermekte ve hizmetlerin kalitesini ölçmeye çalışarak eksik oldukları yönleri gidermeye çalışmaktadır. Ancak, yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesini ölçmek için en uygun ölçüm aracının bulunması hala belirsizliğini korumaktadır (Danilo vd. 2017: 435). Danilo vd. (2017), HEdPERF ölçeğinin dünyadaki yükseköğretim kurumlarında öğrenciler üzerinde algılanan hizmet

kalitesinin ölçülmesine yönelik kanıtlar bulmak amacıyla yürüttüğü araştırmasında, Ocak 2005 ve Mayıs 2017 tarihleri arasında Emerald, Scopus, SciELO, Wiley Online Library ve Web of Science veri tabanlarında yayınlanmış makaleleri incelemiştir. HEdPERF ölçeğinin Türkiye, Çin, Hindistan, Brezilya, Hırvatistan, Portekiz, Malezya, Sri Lanka'da hizmet kalitesi ile ilgili araştırmalarda kullanıldığını belirlemiştir. Yükseköğretime özgü HEdPERF ölçeğinin genellikle diğer ölçeklere göre üstün olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Literatür taraması sonucunda, algılanan hizmet kalitesi ölçümünde Servqual ve Servperf ölçeklerinin de kullanıldığı görülmüştür. Yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesinde Servperf ölçeğinden de faydalanılabileceği, tek bir ölçüm modelinin hizmet kalitesi algılarının ölçülmesinde standart bir şekilde savunulamayacağı ifade edilmiştir. Yazar, belli başlı veri tabanlarından elde ettiği makalelerde HEdPERF ölçeğinin kullanıldığı araştırmaları bulmaya çalışmıştır. Bu yüzden bu araştırmada bazı yayınların gözden kaçırılmış olabilecek olması, sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Danjuma vd. (2018), yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan Servqual, Servperf ve HEdPERF ölçeklerinin ölçüm kabiliyetlerini araştırmıştır. Literatür taraması sonucunda; HEdPERF ve Servperf ölçeklerinin yükseköğretimde hizmet kalitesi algılarının ölçülmesinde Servqual ölçeğine göre daha üstün gibi görünmesine rağmen, yükseköğretimde rekabetin artmış olması nedeniyle, Servqual ölçeğinin yükseköğretimde olumsuz algılanan hizmet kalitesi boyutlarını daha iyi tespit ettiğini ve bu ölçeğin performansı dikkate alan HEdPERF ve Servperf ölçeklerine göre daha iyi bir ölçüm kabiliyetine sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. Kültürlerarası memnuniyet düzeylerinin ölçülmesinde, tüketicilerin hem beklentileri hem de deneyimlerinin önemli olması nedeniyle Servqual ölçeğinin daha iyi bir ölçek olduğu önerilmektedir.

Yükseköğretim kurumlarının hizmetleri öğrencilere en iyi şekilde sunabilmesi için öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesi ve memnuniyetinin ölçülmesi gerekmektedir. Özel üniversitelerin sayısının artması, yükseköğretim sektöründe rekabetin daha yoğun yaşanmasına neden olmaktadır. Bu yüzden üniversiteler, rekabet avantajı sağlayabilmek için HEdPERF ölçeğinin kalite boyutlarından akademik yön, itibar, akademik olmayan yön, program ve erişim boyutlarının iyileştirilmesini sağlayacak düzenlemeleri yapması gerekmektedir (Muhammad vd. 2018: 174-175).

Randheer (2015), HEdPERF ölçeğini Arap kültürüne uyarlayarak oluşturdukları Cul-HEdPERF ölçeğini HEdPERF ve Servperf ölçekleriyle karşılaştırmak, hangi ölçeğin yükseköğretimde hizmet kalitesini daha iyi ölçtüğünü öğrenmek amacıyla körfez bölgesindeki (Arabistan) Suudi Arabistan öğrenciler üzerinde araştırma yapmıştır. Araştırmasının sonucunda, Cul- HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini HEdPERF ve Servperf ölçeklerine göre daha iyi ölçtüğü sonucuna ulaşmıştır.

Yükseköğretim, ülkelerde ihtiyaç duyulan işgücünün üretilmesine katkı sunmaktadır. İşgücünün kaliteli bir şekilde üretilmesinde yükseköğretim kurumlarında uygulanacak politikaların kaliteli bir şekilde tasarlanmasının önemi büyüktür. Bu amaçla, öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesi öğrenilerek yükseköğretimde iyileştirilmesi gereken kalite alanları belirlenebilmekte ve bu şekilde öğrencilerin üniversiteden donanımlı bir şekilde mezun olması sağlanabilmektedir (Randheer, 2015: 30). Suudi Arabistan'da yükseköğretim kurumlarında ders müfredatları ve ders içeriklerinin endüstrinin ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde tasarlanarak kalite standartlarının yükseltilmesi gerekmektedir. Suudi Arabistan Müslüman bir ülke olduğu için ülkenin her sektörü İslam dininden etkilenmektedir (Randheer, 2015: 32). Hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik belirli koşullar altında bir yerde geliştirilen bir ölçek başka bir yerde kullanıldığında farklı sonuçlar verebilmektedir. Coğrafi, dini, kültürel, sosyo-politik, yaşam tarzı ve teknoloji gibi faktörler tüketicilerin hizmet kalitesi algılarının farklılaşmasını sağlayabilmektedir (Randheer, 2015: 38).

Sheeja vd. (2014), HEdPERF ölçeği ile Hindistan'ın Chennai bölgesinde Ekim ve Aralık 2013 tarihleri arasında devlet üniversitesi ve özel üniversitelerde öğrenim gören 400 eczacılık eğitimi öğrencisinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, eczacılık eğitiminde öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarının yüksek puandan düşük puana doğru -*erişilebilirlik, itibar, akademik personel ve akademik olmayan personel*- şeklinde sıralandığı, HEdPERF ölçeğinin Hindistan'daki eğitim kurumlarında güvenilir bir ölçek olduğu belirlenmiştir.

Bektaş ve Ulutürk Akman (2013), yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesi ölçümünde Abdullah (2005) tarafından literatüre kazandırılmış olan HEdPERF ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesinde öğrenim gören 491 birinci öğretim öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri

araştırmalarında, yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarının kurumun -*idari, akademik, imaj, erişilebilirlik, sunulan diploma programları ve fiziksel olanaklar*- şeklinde altı boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesinde geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan ve kendileri tarafından uyarlanan bu ölçeğin kullanılabileceği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Sağlık, bankacılık, eğitim ve sigortacılık gibi alanlarda sunulan hizmetlerin kalitesi müşterilerin kalite algılarıyla ölçülebilmektedir. Bu yüzden farklı hizmet kalitesi modelleri, müşterilerin hizmet kalitesi algılarının doğru ölçülebilmesi amacıyla geliştirilmiştir. Yükseköğretim kurumlarında hizmet sektöründe kullanılan ölçeklerden faydalanılarak müşterilerin kalite algıları öğrenilmeye çalışılmaktadır (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 118). Eğitim sektörünün kendine has özellikleri bulunmaktadır. Hizmet sektöründe kalite algısını ölçmek amacıyla kullanılan ölçeklerin eksik yönleri bulunmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının özelliklerini daha iyi bir şekilde yansıtan HEdPERF ölçeği, bu ölçeklerin eksik yönlerini gidermek amacıyla kullanılmaktadır (Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013: 123).

Arrieta ve Avolio (2020) Scopus veri tabanında 2011'den 2020'ye kadar alıntı yapılan İngilizce 133 makaleyi "hizmet kalitesi", "öğrenci memnuniyeti" ve "yükseköğrenim" anahtar kelimeleri dikkate alarak incelediler ve tematik analiz kullanarak dünya çapında yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarını ele alan 21 makaleyi seçtiler. Yükseköğretimde hizmet kalitesi ile ilgili olarak, dünyada en yaygın kullanılan boyutlar olarak -*akademik ve pedagojik kalite, eğitim altyapısı, öğrenci destek tesisleri, öğrenci destek hizmetleri, eğitim ortamı ve üniversitenin imajı*- olduğunu belirlediler. Bu boyutların birbiriyle bağlantılı olduğunu ve bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiğini (Arrieta ve Avolio, 2020: 222-223) önerdiler.

4.1.1. Akademik Yön Boyutu

Akademik hizmet kalitesi, öğretim kalitesi ve yeteneğini içeren dersi geliştirme ve öğrenci-öğretim üyesi ilişkileri de dahil olmak üzere temel akademik değerleri sağlayan temel hizmet niteliklerini ifade eder. Üniversite bağlamındaki akademik faaliyetler temel değerlerdir (Sultan ve Yin Wong, 2013:77). Akademik ve pedagojik kalite akademik personel ve dersler kapsamında değerlendirilmektedir. Akademik

personelin niteliği, yeterliliği, davranışları, tutumları ve öğretme tarzının yanı sıra öğretim etkinliğinin kalitesini ve öğrencilere öğrenme süreci için etkili destek sunma durumudur. Dersler ise programların kalitesi, program çıktıları, öğretim organizasyonunun etkinliği, ders içeriği, kurs organizasyonu ve değerlendirme kalitesini kapsar. Akademik personelin akademik geçmişinin kalitesinin, yükseköğretimde hizmet kalitesinin belirleyicilerinden birisi olduğu da savunulmaktadır (Arrieta ve Avolio, 2020: 223). Bu boyut akademisyenlerin sorumluluklarını temsil eder ve olumlu tutum, iyi iletişim becerisine sahip olma, yeterli danışmanlığı yerine getirme ve öğrencilere düzenli geri bildirim sağlayabilme gibi temel özellikleri vurgular. Diğer önemli unsurlar, kurumun akademik itibarına, özellikle esnek yapıya sahip prestijli ve geniş kapsamlı programlar sunma becerisine, yerel ve uluslararası alanda tanınan derecelere ve son olarak yüksek eğitimli ve deneyimli akademik kadroya sahip olmasına odaklanmaktadır (Abdullah, 2005: 312). HEdPERF ölçeğinde bu boyutu tanımlayan maddeler tamamen akademisyenlerin sorumluluklarıdır (Abdullah, 2006c: 575).

Yükseköğretimde öğrenciler akademik boyutu en önemli hizmet kalitesi boyutu olarak algılamışlardır (Ali vd., 2020; Ali vd., 2016; Khalid vd., 2019; Muhammad vd., 2018). Ali vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile lisans öğrencilerinin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların öğrenci memnuniyeti ile ilişkisini araştırmışlardır. Araştırmalarının sonucunda akademik yön, akademik olmayan yön ve üniversite itibarı kalite boyutlarıyla öğrenci memnuniyeti arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Ali vd. (2016) HEdPERF ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj üzerindeki etkisini araştırmıştır. Öğrenciler akademik boyuttan memnun kalmışlardır. Tüm HEdPERF boyutları içerisinde akademik yön boyutunun en yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Khalid vd. (2019), HEdPERF ölçeği ile Malezya'da teknik eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren politeknik okullarında görev yapmakta olan öğretim görevlilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amacıyla araştırma yapmışlardır. Malezya'da politekniklerde öğretim görevlilerinin işlerinden tatmin olmasında -akademik yönün- etkili kalite boyutu olduğu görülmüştür. Muhammad vd. (2018), HEdPERF ölçeği ile Pakistan'da 30 Haziran 2010 yılından önce kurulmuş devlet ve özel üniversitelerde lisans ve lisansüstü 384 öğrencinin -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim,*

itibar ve program konularının- müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Yükseköğretimde en önemli hizmet kalitesi boyutunun *akademik boyut* olduğu belirlenmiştir.

Yükseköğretimde eğitim planlarının geliştirilmesine ve üniversitedeki programların güçlendirilmesine yönelik uygulamaların artırılmasına önem verilmesi gerekmektedir. Yükseköğretim kurumlarındaki yöneticilerin ve eğitimcilerin, öğrencilere kaliteli hizmet sunabilmek için çaba göstermelerine ihtiyaç duyulmaktadır (Ali vd., 2020; Ali vd. 2016). Yükseköğretim kurumlarındaki yöneticilerin sundukları programların çeşitliliği, tasarımı ve esnekliğine dikkat ederek iyi hazırlanmış bir müfredat programının öğrencilerin hizmetine sunulması gerekmektedir (Ali vd. 2016). Yükseköğretimde diğer kalite boyutlarını ihmal etmeden, akademik kalitenin yükseltilmesi amacıyla gerekli iyileştirmelerin yapılması tavsiye edilmektedir (Muhammad vd., 2018). Purwanto vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile Endonezya'da bir devlet üniversitesinde 283 lisans öğrencisinin algıladıkları hizmet kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarında, *akademik boyutun* en önce iyileştirilmesi gereken bir kalite boyutu olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Akademik boyutta iyileştirmelerin yapılabilmesi için Endonezya'da öğretim üyelerinin pedagojik, mesleki, sosyal ve kişisel yeterliliklerini dikkate alan 2005 tarihli ve 14 sayılı kanunun uygulanması önerilmektedir. Öğretim görevlileri, kolay anlaşılabilecek şekilde ders materyallerini hazırlayabilmeli, öğrencileriyle samimi bir şekilde ilgilenip onlara yardımcı olabilmeli, olumlu tutumlara sahip olabilmelidir. Ayrıca öğretim görevlileri iyi iletişim becerisine sahip olmalı ve öğrencilere danışmanlık yapabilmek için yeterli zaman ayırabilmelidir (Purwanto vd. 2020).

Raza vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile Pakistan'ın Pencap bölgesinde 29 devlet üniversitesinde öğrenim gören farklı kültür yapısına sahip 60 lisansüstü öğrencisinin yükseköğretimde algıladıkları hizmet kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmaları sonucunda, *akademik personelin* uygulamaya dönük yetenekleri geliştirmek yerine teorik bilgilere odaklandığı, ders müfredatlarının uygun olmadığı, öğretme ve öğrenme yöntemlerinde teknolojinin olanaklarından faydalanılmadığı görülmüştür. Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), HEdPERF ölçeği ile Sri Lanka'da bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 250 3. sınıf öğrencisinin yükseköğretim kurumundan almış oldukları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarında *akademik*

boyutun yükseköğretimde genel hizmet kalitesi algısına önemli katkılar sunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Yükseköğretimde öğrencilerin seçim yapabilecekleri geniş bir hizmet yelpazesi bulunmakta, yükseköğretim kurumları hizmetlerin kalitesini iyileştirebilmek için zorluklarla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durum, yükseköğretim kurumlarının başarılı ve sürdürülebilir şekilde hizmetleri mükemmel kalitede sunmasını zorunlu kılmaktadır. Hizmetlerin kaliteli sunulması, üniversitenin algılanan imajını olumlu yönde etkilemektedir. Hizmetlerden memnun olan öğrenciler ağızdan ağıza pazarlamayla üniversitelerinin tanıtımını yapmakta, rekabet avantajının oluşturulmasında ve üniversitelerinin daha iyi konumlandırılmasına katkı sağlayabilmektedir. Bu gibi nedenlerden dolayı öğrencilerin algıladıkları hizmetlerin kalitesinin önemi ortaya çıkmaktadır (Ali vd., 2020: 69).

4.1.2. Akademik Olmayan Yön Boyutu

Akademik olmayan yön boyutu idari personelin verimliliğini, personelin düzgün görünümünü, personel tarafından sağlanan desteği, çevrimiçi hizmetleri, taleplere yanıt sürelerini, öğrencilerle ilişkileri, hizmet sunumunu vb. içerebilir (Arrieta ve Avolio, 2020: 224). İdari hizmet kalitesinin, yükseköğretim bağlamında hizmet kalitesinin genel değerlendirilmesinde öneme sahip olduğu bilinmektedir. İdari hizmet kalitesi, akademik faaliyetlerin sorunsuz işlemesi için destek hizmetleri sağlayan hizmet niteliklerini ifade eder. Bu nitelikler, idari ve destek personelinin becerilerini ve yeteneklerini ve öğrencilerle ilişkilerini içerebilir. İdari hizmet kalitesindeki bir eksiklik, genel hizmet kalitesinin kötü değerlendirilmesine neden olabilir (Sultan ve Yin Wong, 2013: 77). Bu boyut, öğrencilerin öğrenim yükümlülüklerini yerine getirmelerini sağlamak için gerekli olan değişkenleri içerir ve akademik olmayan personel tarafından yürütülen görev ve sorumluluklarla ilgilidir. İdari veya destek personelinin saygı gösterme, eşit muamele sağlama ve bilgilerin gizliliğini koruma becerisi ve istekliliği ile ilgilenir. Ayrıca yaklaşılabilir ve erişilebilir olmanın, olumlu tutumlara ve iyi iletişim becerilerine sahip olmanın, öğrencilerin adil ölçüde özgürlüklerine izin vermenin ve öngörülen zaman çerçevesinde hizmet sunmanın önemini açıklar (Abdullah, 2005: 312).

Ali vd. (2016) HEdPERF ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj

üzerindeki etkisini araştırmıştır. Öğrenciler, - *akademik olmayan yön*- boyutundan memnun kalmışlardır. Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), HEdPERF ölçeği ile Sri Lanka'da bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 250 3.Sınıf öğrencisinin yükseköğretim kurumundan almış oldukları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amacıyla araştırmalarında, akademik olmayan boyutun öğrencilerin hizmet kalitesi algılarına önemli katkılar sunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Khalid vd. (2019), HEdPERF ölçeği ile Malezya'da teknik eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren politeknik okullarında görev yapmakta olan öğretim görevlilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amacıyla araştırma yapmışlardır. Malezya'da politekniklerde öğretim görevlilerinin işlerinden tatmin olmasında *akademik olmayan yönün* etkili kalite boyutları olduğu görülmüştür. Purwanto vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile Endonezya'da bir devlet üniversitesinde 283 lisans öğrencisinin algıladıkları hizmet kalitesini öğrenmek amacıyla yürüttükleri araştırmalarında, *akademik olmayan* boyutta üniversitenin öğrencilerin beklentilerini aştığı sonucuna ulaşmışlardır. Purwanto vd. (2020), akademik olmayan personelin öğrencilerin kişisel sorunlarına ilgi gösterirken özverili olması, öğrencilerin şikayetlerini etkili bir şekilde değerlendirip çözme becerisine sahip olması, öğrencilerin yardımlarına anında cevap vermesi ve çalışma saatlerinin uygun zamanlarda belirlenebilmesi gibi alanlarda iyileştirmelerin yapılarak hizmet kalitesinin mevcut durumunun korunması ya da sürekli iyileştirilmesi gerektiği anlayışına vurgu yapmıştır. Raza vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile Pakistan'ın Pencap bölgesinde 29 devlet üniversitesinde öğrenim gören farklı kültür yapısına sahip 60 lisansüstü öğrencisinin yükseköğretimde algıladıkları hizmet kalitesini öğrenmek amacıyla yürüttükleri araştırmalarının sonucunda, *akademik olmayan hizmetlerde* görevli kişilerin zamanı verimli kullanabilecek şekilde eğitilmediği, üniversitelerin öğrencileri yeterince donanımlı bir şekilde mezun edemediği için sanayi sektöründe *itibar* kaybettiği ve öğrencilerin kampüs ortamında özgür olamadıkları şeklinde sonuçlara ulaşmışlardır.

Akademik olmayan personelin öğrencilerin kişisel sorunlarına ilgi gösterirken özverili olması, öğrencilerin şikayetlerini etkili bir şekilde değerlendirip çözme becerisine sahip olması, öğrencilerin yardımlarına anında cevap vermesi ve çalışma saatlerinin uygun zamanlarda belirlenebilmesi gibi alanlarda iyileştirmelerin yapılarak hizmet kalitesinin mevcut durumunun korunması ya da iyileştirilmesi gerekmektedir (Purwanto vd. 2020). Bununla birlikte öğrencilerin memnuniyetinin sağlanması da bir

diğer önemli boyut olarak görülmüştür. Üniversiteler hizmet kalitesini tüm boyutlarda tatmin edici bir şekilde sunmalıdırlar. Yükseköğretim kurumlarının faaliyetlerini sürdürebilmesi ve genişleyebilmeleri için bu sonuçların dikkate alınarak gerekli iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir. Yükseköğretim sektöründe rekabet avantajının sağlanmasında bu kalite boyutlarının önceliklendirilerek kaynakların verimli kullanılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016)'nın yaptığı bu araştırmada akademik olmayan boyutun en önemli boyut görülmesi nedeniyle üniversite yönetimi, akademik olmayan personelin eğitilmesini, iletişimlerinin geliştirilmesini, verimliliklerinin artırılabilmesi için gerekli becerilerle donatılmasını en öncelikli politikaları içerisine alması gerekmektedir (Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016).

4.1.3. Erişim Boyutu

Erişilebilirlik, danışmanlık hizmetleri, iyileştirme için geri bildirim, saygı, hizmetlere erişim, öğrenci destek tesisleri, kütüphane hizmetinin kalitesi (tesisler, çalışma saatleri, teknolojik platform ve ders kitaplarının mevcudiyeti), derslik ve çalışma grupları için oda mevcudiyeti, teknolojik destek hizmetleri ve öğrenciler için yemek hizmetleri ile ilgilidir. Uygun çalışma saatleri, konum, hizmetlere erişim, üniversite personeli ile iletişim kolaylığı vb. unsurları içerir (Arrieta ve Avolio, 2020: 224). Tesis hizmet kalitesi, rekabetçi bir yükseköğretim ortamı yaratmak için gerekli olan hizmet niteliklerini ifade eder. Öğrenciler tesis hizmet kalitesinden kütüphane tesisleri, eğlence tesisleri, kariyer danışmanlığı, ulaşım tesisleri, yemek tesisleri, bilgisayara erişim ve atölye, seminer ve konferanslara erişim dahil olmak üzere diğer tesislere erişim olarak atıfta bulunurlar (Sultan ve Yin Wong, 2013: 77-78). Birçok hizmet kalitesi özelliği bir öğrencinin algısını belirli bir ölçüde etkileyebilse de, yaklaşılabilirlik, iletişim kolaylığı, kullanılabilirlik, ulaşılabilirlik ve rahatlık gibi unsurlarla ilgili erişim boyutu genel hizmet kalitesi algısını önemli ölçüde etkilemektedir (Abdullah, 2006c: 569).

Abdullah (2005), yükseköğretim sektörüne özgü yeni bir ölçek olan HEdPERF ölçeğini test etmek, Servperf ve birleştirilmiş HEdPERF-Servperf ölçeğiyle karşılaştırarak hangi ölçeğin yükseköğretimde hizmet kalitesi algısını daha iyi

ölçtüğünü belirlemek amacıyla, Malezya'da iki devlet üniversitesi, bir özel üniversite ve üç özel kolejde 381 öğrenci üzerinde Ocak ve Mart 2004 tarihleri arasında yürüttüğü araştırma sonucunda, 41 maddelik HEdPERF ölçeğinin değiştirilmiş beş boyutlu, -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar ve program konuları*- yapısının tek boyutluluk, güvenilirlik, geçerlilik yönünden Servperf ölçeğine göre varyansı daha iyi açıkladığını bulgusunu elde etmiştir. Diğer bir ifadeyle HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesini daha iyi ölçtüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada öğrenciler, yükseköğretimde algılanan hizmetlerin kalitesinin belirlenmesinde -*erişim boyutunu*- en önemli boyut olarak algılamıştır.

Ali vd. (2016), HEdPERF ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj üzerindeki etkisini araştırmıştır. Öğrenciler, *akademik ve akademik olmayan yönler, program sorunları, üniversitenin itibarı ve erişim* boyutlarından memnun kalmışlar; *erişim boyutunu* en düşük hizmet kalitesi boyutu olarak algılamışlardır. Öğrenciler hem akademik, hem de akademik olmayan personel ile iletişim, ulaşılabilirlik kolaylığı gibi konularla ilgili olan erişim boyutunu en düşük ortalamaya sahip boyut şeklinde değerlendirmişlerdir. Erişim boyutunun kötü algılanması, üniversitelerin sunmuş olduğu hizmetlerin memnuniyet düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu yüzden öğrencilerin Malezya üniversitelerindeki personellere daha düzenli ve iyi bir şekilde erişimlerini sağlayabilmek için telefonla, yüz yüze, e-posta gibi birden fazla iletişim kanallarının etkin kullanılması önerilmektedir (Ali vd., 2016).

Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), HEdPERF ölçeği ile Sri Lanka'da bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 250 3.Sınıf öğrencisinin yükseköğretim kurumundan almış oldukları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarında, *erişim boyutunun* öğrencilerin hizmet kalitesi algılarına önemli katkılar sunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yükseköğretim kurumlarında yeni teknolojik kaynakların kullanılması gerekliliği ve bir öğrenme kültürünün geliştirilmesi gibi etkenler erişim boyutuyla ilgili kaygıları gündeme getirmiştir. Öğrencilerin hizmet sunumunun bir parçası olması nedeniyle yükseköğretimde karar verici konumda olanların erişim boyutunu dikkate alması gerekmektedir. Çünkü bu boyutlarda hizmetlerin verimli sunulması, yükseköğretim sektöründe rekabet avantajının sağlanmasını kolaylaştırabilmektedir.

Dužević vd. (2015), HEdPERF ölçeği ile Hırvatistan'da yükseköğretim kurumunda öğrenim gören 1454 öğrencinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarının sonucunda *erişim* boyutunun en önemli hizmet kalitesi boyutu olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu sonuç, yükseköğretim kurumu yöneticilerinin erişim boyutuna öncelik vermesi, yeni öğrencileri üniversitelerine çekerek mevcut öğrencileri elde tutabilecek pazarlama stratejilerinin uygulaması gerektiğini göstermiştir. Bu araştırmada, yalnızca öğrencilerin algıladıkları kaliteye odaklanarak yükseköğretimde kalite boyutları ve iyileştirilmesi gereken alanlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yükseköğretimin diğer paydaşlarının kalite algıları da dikkate alınarak kalitenin iyileştirilmesine yönelik daha ayrıntılı bilgilerin elde edilmesi gerekmektedir (Dužević vd. 2015: 49-50).

Khalid vd. (2019), HEdPERF ölçeği ile Malezya'da teknik eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren politeknik okullarında görev yapmakta olan öğretim görevlilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarında; Malezya'da politekniklerde öğretim görevlilerinin işlerinden tatmin olmasında -*erişim boyutunun* etkili kalite boyutu olduğu görülmüştür. Purwanto vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile Endonezya'da bir devlet üniversitesinde 283 lisans öğrencisinin algıladıkları hizmet kalitesini ölçtükleri araştırmalarında, iletişim ve ulaşım kolaylığı ile ilgili olan *erişim boyutunda* üniversitenin hizmetlerini yeterli düzeyde sürdürdüğü sonuçları elde edilmiştir.

4.1.4. İtibar Boyutu

İtibar boyutu, yükseköğretim kurumlarının profesyonel bir imajı yansıtmalarının önemini içermektedir (Abdullah, 2006c: 575). Üniversite imajı öğrencilerin prestij, modernite (sürekli güncellenen ve uluslararası kültürel değişimlere açık programlar), popülerlik ve işgücü piyasasındaki bağlantılar açısından ifade edilen kuruma ilişkin algısını ifade eder (Arrieta ve Avolio, 2020: 224).

Ali vd. (2016), HEdPERF ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj üzerindeki etkisini araştırmıştır. Öğrenciler, *üniversitenin itibarı* boyutunu en düşük hizmet kalitesi boyutu olarak algılamışlardır. Malezya'daki üniversitelerin itibarlarını

artırabilmesi için uluslararası öğrencilerin üniversitelerinin itibarlarını olumlu algılaması gerekmektedir. Bu amaçla, uluslararası öğrencileri bilgilendirecek pazarlama faaliyetleri ve tanıtım programlarının düzenlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu şekilde, Malezya'daki üniversitelerin uluslararası öğrencileri kendilerine çekerek olumlu itibarlarını artırabileceği önerilmektedir. Bu sonuçlarla birlikte, Malezya'daki uluslararası öğrencilerin akademik ve akademik olmayan ve program konuları gibi boyutlardan memnun kaldıkları belirlenmiştir. Bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın yalnızca Malezya'da Kuala Lumpur'da üç tane devlet üniversitesinde gerçekleştirilmiş olması ve örneklem büyüklüğünün küçük olması nedeniyle elde edilen sonuçların uluslararası öğrenciler için genelleştirilmesinin yapılamayacağı ifade edilmiştir. Araştırma sonuçlarının genelleştirilebilmesi için Malezya'nın diğer şehirlerinde eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren devlet ve özel üniversitelerde de benzer araştırmaların yapılması tavsiye edilmiştir. Bu araştırmada HEdPERF boyutları yalnızca Malezya üniversitelerindeki hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır. İleride yapılacak olan araştırmalarda, öğrenci memnuniyetinin etkilenmesinde rolü olan diğer hizmet kalitesi boyutlarının da dikkate alınmasının faydalı olacağı önerilmiştir. Ayrıca uluslararası öğrencilerin hizmet kalitesi algısı, memnuniyet ve davranışsal niyetler üzerindeki etkilerinin kültürel anlamda incelenmesinin araştırmanın genelleştirilmesine katkı sunacağı ifade edilmiştir.

Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), HEdPERF ölçeği ile Sri Lanka'da bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 250 3.Sınıf öğrencisinin yükseköğretim kurumundan almış oldukları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarında, itibar boyutunun yükseköğretimde genel hizmet kalitesi algısına önemli katkılar sunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Khalid vd. (2019), HEdPERF ölçeği ile Malezya'da teknik eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren politeknik okullarında görev yapmakta olan öğretim görevlilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amacıyla araştırma yapmışlardır. Malezya'da politekniklerde öğretim görevlilerinin işlerinden tatmin olmasında itibar boyutunun iş tatmininde önemsiz bir kalite boyutu olduğu ya da bu boyutla öğretim görevlilerinin memnun edilmesi arasında bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmanın sonuçları değerlendirilecek olursa, -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim ve program sorunu*- kalite boyutları öğretim görevlilerinin memnuniyetlerinin artırılmasında

kullanılabilecek kalite boyutlarıdır. Ancak itibar boyutunun, öğretim görevlilerinin memnuniyetine katkı sunmayan bir kalite boyutu olduğu görülmüştür. Bu sonuç, Malezya'da politekniğin devlet yükseköğretim kurumu olması, itibar boyutuyla öğretim görevlilerinin beklentileri arasında bir ilişki kurulamamasından kaynaklanmaktadır.

Purwanto vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile Endonezya'da bir devlet üniversitesinde 283 lisans öğrencisinin algıladıkları hizmet kalitesini öğrenmek amacıyla araştırma yapmışlardır. *İtibar boyutunda* üniversitenin hizmetlerini yeterli düzeyde sürdürdüğü şeklinde sonuçlara ulaşmışlardır. Üniversite imajının korunmasıyla ilgili olan itibar boyutunda sunulan hizmetlerin kalitesinin yeterli düzeyde algılanması nedeniyle bu hizmet kalitesi boyutlarında iyileştirme yapılarak öğrencilerin kalite algıları yükseltilmeye çalışılabilir. Üniversitenin itibarının artırılmasında, sınıflar, okuma odaları, laboratuvar gibi akademik hizmete sunulan tesislerin, parkların, büyük otoparkların, öğrencilerin eğlence tesisi olarak faydalanacağı yerlerin, iyi akredite olmuş bölümlerin, iyi eğitime sahip deneyimli öğretim görevlileri ve mezunların istihdam oranları gibi faktörlerin etkili olduğu önerilmektedir.

4.1.5. Program Konuları Boyutu

Program konuları boyutu, esnek yapı ve müfredata sahip geniş kapsamlı ve saygın akademik programlar/uzmanlıklar sunmanın önemini vurgulamaktadır (Abdullah, 2006c: 575). Yükseköğretim kurumlarının başarılarının sürdürülebilmesinde öğrencilerin memnun edilmesi ve kuruma karşı sadakatle bağlanması önem arz etmektedir. Yükseköğretim sektöründe rekabetin her geçen gün kendisini daha çok hissettirmesi, faaliyetlerin paydaş odaklı sürdürülmesini zorunlu kılmakta ve Hırvatistan'da yükseköğretim kurumlarında kalitenin iyileştirilmesi amacıyla diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi reformlar yapılmaktadır. Yükseköğretim kurumları ve öğrenci sayılarındaki artış, yükseköğretimde rekabeti artırmış ve öğrencilerin daha fazla beklenti içerisine girmelerine neden olmuştur (Dužević vd. 2015: 37). Dužević vd. (2015), HEdPERF ölçeği ile Hırvatistan'da yükseköğretim kurumunda öğrenim gören 1454 öğrencinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarının sonucunda *altyapı ve*

çalışma programlarının bu araştırmada en düşük dereceye sahip kalite boyutları olduğu sonucu elde edilmiştir.

Yükseköğretimde öğrenciler hem hizmetin alıcısı konumundadır hem de eğitim sürecinin aktif katılanlarıdır. Öğrencilerin akademik başarı elde etmeleri ve öğrenme sonucunda bilgi ve beceriyle donatılabilmeleri için eğitim sürecine aktif bir şekilde katılmaları gerekmektedir (Dužević vd. 2015: 39). Yükseköğretim kurumlarında akademik personelin kaliteli oluşu, kayıtların düzgün ve sınıf ortamının iyi düzenlenmesi öğrencilerin memnuniyetini etkileyebilmektedir. Memnun öğrenciler, üniversitelerini tanıtmakta, üniversitenin itibarının ve öğrenci sayısının artmasına katkıda bulunabilmektedir (Dužević vd. 2015: 40). Yükseköğretim kurumlarında politikaları oluşturan yöneticiler, elde edilen bu araştırma sonuçlarını dikkate alarak kaliteyi iyileştirmeye yönelik planlar yapabilir ve rekabet avantajı oluşturabilirler. En düşük algılanan kalite boyutu değerlendirilerek öğrencilerin okulu bırakması konularının anlaşılması da sağlanabilir (Dužević vd. 2015: 49). Bu araştırmada altyapı ve çalışma programları en düşük algılanan kalite boyutu çıkmıştır. Bu araştırmanın sonucu, üniversite yönetiminin altyapı ve çalışma programlarının iyileştirilmesine yönelik yeterliliklerini tekrar incelemesi, yapılacak yatırımların seviyesinin belirlenmesi gerektiği yönünde önerilerde bulunulmasını sağlamıştır. Üniversitelerde eğitim programlarının hazırlanmasında fazla finansal kaynaklara ihtiyaç duyulmadığından eğitim programları boyutu, diğer kalite boyutlarına göre daha kolay geliştirilme özelliğine sahiptir. Mezunların istihdamını kolaylaştırmak amacıyla eğitim programlarını düzenleyebilmek için istihdam edilecek alanlardaki işgücü piyasasının ihtiyaçlarının iyi bir şekilde analiz edilerek eğitim programlarının uygulanması gerekmektedir (Dužević vd. 2015: 50).

Khalid vd. (2019), HEdPERF ölçeği ile Malezya'da teknik eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren politeknik okullarında görev yapmakta olan öğretim görevlilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesini öğrenmek amaçlı araştırmalarında, öğretim görevlilerinin işlerinden tatmin olmasında *program sorununun* etkili kalite boyutu olduğu görülmüştür. Ali vd. (2016) HEdPERF ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj üzerindeki etkisini araştırmıştır. Öğrenciler, *program sorunları boyutundan* memnun kalmışlardır. Tüm HEdPERF boyutları içerisinde

program sorunları boyutunun en yüksek ortalamaya sahip puanlardan birisini aldığı belirlenmiştir. Yükseköğretim kurumlarında yöneticilerin sundukları programların çeşitliliği, tasarımı ve esnekliğine dikkat ederek iyi hazırlanmış bir müfredat programını öğrencilerin hizmetine sunması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç ile yükseköğretim kurumlarındaki yöneticilerin program sorunları ile ilgili yönlerinin kalitesine dikkat etmesi önerilmektedir.

4.1.6. Anlayış Boyutu

Anlayış boyutu, birçok endüstride hizmet kalitesinin belirleyicisi olarak önemli görülmüştür. Yükseköğretim kurumlarında danışmanlık ve sağlık hizmetleri açısından öğrencilerin özel ihtiyaçlarını anlamakla ilgili maddeleri içerir (Abdullah, 2006c: 575). Abdullah (2006c) Malezya'da yükseköğretim kurumlarında Haziran-Ağustos 2003 döneminde gerçekleştirdiği araştırma bulgularında, akademik olmayan yönler, akademik yönler, itibar, erişim, program konuları ve anlayış olmak üzere altı boyutun farklı ve kavramsal olarak açık olduğunu doğruladı. Abdullah (2005) Malezya'da yükseköğretim sektöründe hizmet kalitesinin belirleyicilerini açıklayan HEdPERF'i deneysel olarak test ederek ideal bir ölçme aracına dönüştürmeyi amaçladığı, Ocak ve Mart 2004 arasındaki dönem için Malezya'daki altı yüksek öğrenim kurumunun (iki devlet üniversitesi, bir özel üniversite ve üç özel kolej) öğrencilerinden verileri topladığı araştırmasında, *anlayış* boyutu genel uyum değerlendirmesinde zayıf uyum değeri (RMSEA) nedeni ile kaldırıldığını açıkladı. Yine Cronbach alfa değerleri HEdPERF boyutları için anlayış boyutu (0,63) hariç, 0,81 ile 0,92 arasında değişmiştir. Güvenirlilik puanının düşük olması nedeniyle de, ölçek değiştirme sürecinin bir parçası olarak –anlayış boyutu- kaldırılmıştır. Bu nedenle HEdPERF ölçeğinin modifiye versiyonunda anlayış boyutu yer almamaktadır. Ayrıca yükseköğretim kurumlarında kalite ölçümünde HEdPERF ölçeği, daha güvenilir tahminler, daha büyük kriter ve yapı geçerliliği, daha fazla açıklanan varyans nedeni ile Servperf ve HEdPERF-Servperf ölçeklerinden daha iyi uyum sağladığını belirlemiştir. Benzer şekilde, regresyon analizleri, hizmet kalite seviyesini ne kadar iyi tahmin ettiklerini belirlemek için üç ölçeği karşılaştırmıştır. Bu bağlamda HEdPERF ölçeğinin değiştirilmiş beş faktörlü yapısının belirgin bir üstünlüğünü ortaya koyduğunu bulgulamıştır.

Mang'unyi ve Govender (2014) üniversite hizmet kalitesinin akademik, akademik olmayan, program, erişim, itibar ve anlayış olmak üzere altı boyut temelinde ölçülebileceğini açıklamıştır. Kenya'da özel üniversitelerde 522 öğrenci örnekleminde akademik olmayan boyut, program kalitesi ve tatmin boyutları ile birlikte anlayış boyutunu da sağlık kalitesi olarak dört faktörden birisi olarak belirledi. Ancak program kalitesi ve anlayışın hizmet kalitesiyle hiçbir ilişkisinin olmadığı da diğer bulguları arasında yer almaktadır.

4.2. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE ALGISI VE MEMNUNİYETE ETKİSİ

Öğrenci tatmini, yükseköğretim bağlamında hizmet özniteliklerinin performans değerlendirmesinden kaynaklanan psikolojik bir mutluluk halidir (Sultan ve Yin Wong, 2012: 764). Öğrencilerin yükseköğretim kurumlarına çekilmesinde ve öğrenimlerinin sürdürülmesinde kalite algılarının pazarlama yaklaşımıyla analiz edilmesinin önemi büyüktür. Yükseköğretim sektörü, birçok ülkenin ekonomisinin geliştirilmesinde her geçen gün daha önemli bir rol oynamaktadır. Ali vd. (2016) HEdPERF ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj üzerindeki etkisini araştırmıştır. Öğrenciler, - *akademik ve akademik olmayan yönler, program sorunları, üniversitenin itibarı ve erişim* boyutlarından memnun kalmışlar; erişim ve itibar boyutunu en düşük hizmet kalitesi boyutu olarak algılamışlardır. Yükseköğretim hizmet kalitesinin beş boyutunun öğrenci memnuniyetini ve öğrenci memnuniyetinin de kurumsal imajı ve öğrenci sadakatini etkilediği belirlenmiştir. Yükseköğretimde akademik boyut, akademik olmayan boyut, program konuları, itibar ve erişim boyutlarını olumlu algılayan öğrencilerin memnuniyetlerinin daha yüksek olacağı hipotezleri desteklenmektedir. Memnun öğrencilerin kurumsal imajı olumlu algılayacakları ve üniversitelerine daha çok sadık kalacakları ve kurumun olumlu imajını algılayan öğrencilerin daha sadakatli öğrenciler olacağı sonuçlarına ulaşılmıştır. Malezya devleti ekonomik alanda yükseköğretim sektöründen etkilenmekte, yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaştırılması Malezya hükümeti için en önemli öncelikler içerisinde yer almaktadır. Malezya devleti kendisini denizaşırı öğrencilerin öğrenim göreceği güvenli, istikrarlı, geçim şartlarının oldukça ucuz olduğu bir yer olarak konumlandırmaya özen göstermektedir. Farklı bir ortamda yetişmiş olan uluslararası öğrenciler, üniversite tercih etme konusunda riskli kararlar vermektedir. Öğrenciler, öğrenim görmek istediği

ülkedeki üniversitenin sunduğu hizmetlerin kaliteli olduğuna dair kanıtlar aramaktadır. Bu nedenlerle Malezya'da üniversitelerin uluslararası öğrencilerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak onların tatmin olmasını sağlayacak faaliyetlerde bulunmaları gerekmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen ampirik bulgular, hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyetini, öğrenci memnuniyetinin de kurumsal imajı ve öğrenci sadakatini nasıl etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Bu bulgular, Malezya'da yükseköğretim politikalarını oluşturan yöneticilere, hizmetlerin kalitesinin iyileştirilerek, öğrenci memnuniyeti ve sadakatinin artırılmasına yardımcı olabilmektedir. Malezya'da üniversiteler bu bulgulardan faydalanarak imajlarını güçlendirebilirler (Ali vd. 2016: 71-72). Ali vd. (2020), HEdPERF ölçeği ile lisans öğrencilerinin Malezya'da yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların öğrenci memnuniyeti ile ilişkisini araştırmışlardır. Araştırmalarının sonucunda *akademik yön, akademik olmayan yön ve üniversite itibarı* kalite boyutlarıyla öğrenci memnuniyeti arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

Banahene vd. (2018), HEdPERF ölçeği ile Gana'da özel üniversitede öğrenim gören öğrencilerin yükseköğretim kalitesi algılarını ve bu algıların memnuniyet, akademik performans üzerindeki etkisini araştırmıştır. *Akademik yön, itibar, program konuları ve erişim* boyutlarının öğrencilerin memnuniyetleriyle pozitif yönde bir ilişki içerisinde olduğu görülmüştür. *Akademik olmayan yön* boyutunun öğrenci memnuniyeti ile negatif yönde bir ilişkiye sahip olduğu, erişim boyutunun ise öğrenci memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkisi olmasına rağmen bu boyutun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmanın sonucunda akademik olmayan yönün öğrenci memnuniyeti ile negatif ilişki içerisinde çıkması, yükseköğretim kurumu yöneticilerinin öğrencilerin memnuniyet ve akademik performansını artırmayı amaçlayan akademik olmayan politikaların oluşturulmasını ve uygulanmasını ön plana çıkarmıştır. Araştırmada elde edilen önemli sonuç, yükseköğretim yöneticilerinin öğrencilerin memnun olmasını ve akademik performansların artırılabilmesi için HEdPERF boyutlarından akademik yön, program konuları ve itibar boyutlarına odaklanması gerektiğidir (Banahene vd. 2018). Bu araştırmanın öğrencilerin memnuniyet ve akademik performansına odaklanmasının nedeni üniversite mezunlarının bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasında ihtiyaç duyulan iş gücünün ortaya çıkarılmasında önemli bir rol oynamasıdır. Üniversitede farkı niteliklerde öğrencilerin olması nedeniyle öğrencilerin akademik performansları

ve memnuniyetleri de farklılaşabilmektedir (Banahene vd. 2018:97). Öğrenmeye karşı olumlu tutum içerisinde bulunan öğrencilerin okullarına karşı olumsuz tutum içerisinde olan öğrencilere göre akademik başarılarının daha iyi olduğu görülmektedir (Banahene vd. 2018: 103).

Lazibat vd. (2014), HEdPERF ölçeği ile Hırvatistan'da öğretmen ve öğrencilerin yükseköğretimde hizmet kalitesi algılarının öğrencilerin memnuniyetlerini etkileme yönünü belirleme amaçlı araştırma sonucunda, öğretmen ve öğrencilerin, *akademik olmayan boyutla erişim boyutuna* yönelik farklı algılamalarının olduğu görülmüştür. Gruplara üyelikle öğrencilerin üniversiteye giriş yeterliliklerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde önemli etkiye sahip olduğu, öğretmenlerin işlerinden memnun ancak, çalışma şartlarından ve kazançlarından memnun olmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesinin analizinde araştırmaların çoğu, yalnızca bir paydaş bakış açısına odaklanılarak yapılmaktadır. Bu araştırmada ise, yükseköğretimin paydaşlarından öğretmen ve öğrencilerin kalite algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Farklı paydaşların düşüncelerinin öğrenilmesi bu araştırmaya katma değer katmıştır. Öğrencilerin ve öğretmenlerin hizmet kalitesi algılarının öğrenci memnuniyetinin önemli belirleyicisi olduğu görülmüştür.

Muhammad vd. (2018), HEdPERF ölçeği ile Pakistan'da 30 Haziran 2010 yılından önce kurulmuş devlet ve özel üniversitelerde lisans ve lisansüstü 384 öğrencinin -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar ve program konularının*- müşteri memnuniyeti üzerinde etkisini araştırmışlardır. Araştırmada yalnızca *program konuları* boyutunun müşteri memnuniyeti üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğu görülmüş ve 5. hipotez reddedilmiştir. Akademik, akademik olmayan, erişim ve itibar kalite boyutlarının ise müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu görülmüştür.

Literatürde yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümünde HEdPERF temelli bazı araştırmaların temel bulguları Tablo 4.1'de ve diğer ölçekleri temel alan bazı araştırmaların temel bulguları Tablo 4.2'de özetlenmektedir.

Tablo 4.1: Literatürde Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçümünde HEdPERF Temelli Bulgular

Yazar Adı	Kullanılan Ölçek	Temel Bulgular
Abdulah (2005)	HEdPERF, SERVPERF ve HEdPERF-SERVPERF	5 boyutlu HEdPERF ölçeği *(akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, program sorunları ve erişim),* yükseköğretimde algılanan kaliteyi ölçmek için diğer ölçeklerden üstün çıkmıştır.
Abdullah (2006a)	HEdPERF, SERVPERF ve HEdPERF-SERVPERF	5 boyutlu HEdPERF ölçeği *(akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, program sorunları ve erişim),* yükseköğretimde algılanan kaliteyi ölçmek için diğer ölçeklerden üstün çıkmıştır.
Abdullah (2006b)	HEdPERF, SERVPERF ve HEdPERF-SERVPERF	5 boyutlu HEdPERF ölçeği *(akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, program sorunları ve erişim),* yükseköğretimde algılanan kaliteyi ölçmek için diğer ölçeklerden üstün çıkmıştır.
Abdullah (2006c)	HEdPERF	6 boyutlu *(akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, program sorunları, erişim ve anlayış)* HEdPERF ölçeğinin yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümünde geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmüştür.
Brochado (2009	SERVPERF, önem ağırlıklı SERVPERF, SERVQUAL, önem ağırlıklı SERVQUAL ve HEdPERF	Yükseköğretimde algılanan kaliteyi en iyi ölçen ölçeğin SERVPERF ve HEdPERF ölçekleri oldukları görülmüştür. Ancak hangi ölçeğin hizmet kalitesini daha iyi ölçtüğünü belirlemek mümkün değildir.
Bektaş ve Ulutürk Akman (2013)	HEdPERF	Yükseköğretimde hizmet kalitesi boyutlarının kurumun *(idari, akademik, imaj, erişilebilirlik, sunulan diploma programları ve fiziksel olanaklar)* şeklinde altı boyuttan oluştuğu görülmüştür. Bu ölçek geçerli ve güvenilir bir ölçektir.
Sheeja vd. (2014)	HEdPERF	HEdPERF ölçeği kullanılarak Hint Eczacılık eğitiminin hizmet kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda *(erişilebilirlik, itibar, akademik yön ve akademik olmayan)* şeklinde kalite boyutlarının olduğu görülmüştür. HEdPERF ölçeğinin Hindistan'daki eğitim kurumlarında güvenilir bir ölçek olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Dužević vd. (2015)	HEdPERF	Yükseköğretimde *erişim boyutu* en önemli kalite boyutudur. HEdPERF ölçeğiyle yükseköğretimde öğrencilerin algıladıkları kalitenin ölçülebileceği görülmüştür.
Lazibat vd. (2014)	HEdPERF	Öğretmen ve öğrencilerin, akademik olmayan boyutla erişim boyutuna yönelik farklı algılamalarının olduğu görülmüştür. Gruplara üyelikle öğrencilerin üniversiteye giriş yeterliliklerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde önemli etkiye sahip olduğu, öğretmenlerin işlerinden memnun ancak, çalışma şartlarından ve kazançlarından memnun olmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır.
Mang'unyi ve Govender (2014)	HEdPERF	Araştırmada HEdPERF ölçeğinin altı tane *(akademik, akademik olmayan, erişim, program kalitesi, itibar ve anlayış)* kalite boyutlarının (*akademik, akademik olmayan, itibar, erişim)* şeklinde dört boyuta düştüğü görülmüştür. Bu dört boyutun hizmet kalitesi ile anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu ve müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Randheer (2015)	Cul-HEdPERF, HEdPERF, SERVPERF	Cul-Hedperf ölçeği yükseköğretimde hizmet kalitesini HEdPERF ve Servperf ölçeklerine göre daha iyi ölçmektedir.

Tablonun Devamı

Yazar Adı	Kullanılan Ölçek	Temel Bulgular
Ali vd. (2016)	HEdPERF	HEdPERF ölçeği ile Malezya'da uluslararası öğrencilerin kalite algılarının ölçülebileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırmada 5 tane *(akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, program sorunları ve erişim)* şeklinde kalite boyutlarının olduğu görülmüştür. Bu kalite boyutlarının memnuniyet, sadakat ve kurumsal imaj üzerinde etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016)	HEdPERF uyarlanmış	Uyarlanmış HEdPERF ölçeği akademik yön, akademik olmayan yön, erişim ve itibar boyutlarından oluşmuştur. İtibar boyutunun yükseköğretimde genel hizmet kalitesi algısına önemli katkılar sunmadığı görülmüştür. Yalnızca akademik olmayan ve erişim boyutlarının yükseköğretimde hizmet kalitesini olumlu yönde etkilediği görülmüştür.
Yavuz ve Gülmez (2016)	HEdPERF	Öğrencilerin kalite algıları kurum imajı alt boyutu, diploma programları ve fiziksel olanaklar bakımından üniversitenin kuruluş yıllarına göre farklılık göstermiştir.
Danilo vd. (2017)	HEdPERF	HEdPERF ölçeğinin Türkiye, Çin, Hindistan, Brezilya, Hırvatistan, Portekiz, Malezya, Sri Lanka'da hizmet kalitesi ile ilgili araştırmalarda kullanıldığını görmüştür. Yükseköğretime özgü HEdPERF ölçeğinin genellikle diğer ölçeklere göre üstün olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
Danjuma vd. (2018)	SERVQUAL, SERVPERF HEdPERF	Servqual ölçeğinin yükseköğretimde olumsuz algılanan hizmet kalitesi boyutlarını daha iyi tespit etmektedir. Bu ölçeğin performansı dikkate alan HEdPERF ve Servperf ölçeklerine göre daha iyi ölçüm kabiliyetine sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Muhammad vd. (2018)	HEdPERF	Yükseköğretimde en önemli hizmet kalitesi boyutunun akademik boyut olduğu belirlenmiştir. *Akademik, akademik olmayan, erişim ve itiba*r kalite boyutlarının ise müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu görülmüştür.
Banahene vd. (2018)	HEdPERF	*Akademik yön, itibar, program konuları ve erişim* boyutlarının öğrencilerin memnuniyetleriyle pozitif yönde bir ilişki içerisinde olduğu görülmüştür. Akademik olmayan yön boyutunun öğrenci memnuniyeti ile negatif yönde bir ilişkiye sahip olduğu, erişim boyutunun ise öğrenci memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkisi olmasına rağmen bu boyutun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.
Khalid vd. (2019)	HEdPERF	Malezya'da politekniklerde öğretim görevlilerinin işlerinden tatmin olmasında *akademik yönün* etkili kalite boyutu olduğu görülmüştür.
Ali vd. (2020)	HEdPERF	*Akademik yön, akademik olmayan yön ve üniversite itibarı* kalite boyutlarıyla öğrenci memnuniyeti arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmüştür.
Purwanto vd. (2020)	HEdPERF	*Akademik boyutun* en önce iyileştirilmesi gereken bir kalite boyutu olduğu, sonucuna ulaşmışlardır.
Raza vd. (2020)	HEdPERF	Akademik personelin uygulamaya dönük yetenekleri geliştirmek yerine teorik bilgilere odaklandığı, ders müfredatlarının uygun olmadığı, öğretme ve öğrenme yöntemlerinde teknolojinin olanaklarından faydalanılmadığı görülmüştür.

Tablo 4.2: Literatürde Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Diğer Ölçeklerin Temel Bulguları

Yazar Adı	Kullanılan Ölçek	Temel Bulgular
Grönroos (1984)	Grönroos Hizmet Kalitesi Modeli	3 Boyutlu *(teknik kalite, fonksiyonel kalite, imaj kalitesi)*
Parasuraman vd. (1985)	Kavramsal Hizmet Kalitesi	10 Boyutlu *(güvenilirlik, duyarlılık (karşılık vermek), yeterlilik, erişebilirlik, nezaket, iletişim, itibar, güvenlik, müşteriyi bilmek ve anlamak, fiziksel varlıklar)*
Parasuraman vd. (1988)	Servqual	5 Boyutlu *[güvenilirlik, duyarlılık (yanıt verme), dokunulur olma (fiziksel varlıklar, somut unsurlar), güvence, empati*]
Cronin ve Taylor (1992)	Servperf	5 Boyutlu *(güvenilirlik, yanıt verebilirlik, empati, fiziksel varlıklar, güven)*
Gallifa ve Batallé (2010)	Servperf	Yükseköğretimde *(güvenilirlik, güven ve öğrencilere adil bir şekilde davranma, empati)* boyutlarının önemli olduğu görülmüştür.
Shekarchizadeh vd. (2011)	Servqual	*(Profesyonellik, güvenilirlik, misafirperverlik, somut unsurlar ve sadakat)* şeklinde beş kalite boyutu olduğu görülmüş ve 5 devlet üniversitesinde öğrenim gören uluslararası lisansüstü öğrencilerin üniversitelerinden aldıkları hizmetlerin kalitesi öğrencilerin beklentilerini karşılayamadığından, olumsuz değerlendirilmiş ve öğrenciler kendilerine sunulan hizmetlerden memnun kalmamışlardır.
Abili vd. (2012)	Servqual	Beş Servqual boyutunun hepsinde öğrencilerin beklentileri algılarından daha büyük çıkmıştır.
Calvo-Porral vd. (2013)	Servqual	Öğrencilerin özel ve devlet yükseköğretim kurumları arasında algılanan kalite bakımından farklılıklar çıkmıştır.
Dlačić vd. (2014)	Servqual	Yükseköğretim hizmet kalitesinin ve öğrencilerin algıladıkların değerlerin tekrar satınalma niyetinin önemli bir yordayıcısı olduğu görülmüştür.
Mahmoud ve Khalifa (2015)	Servperf	Suriye üniversitelerinde öğrencilerin Servperf ölçeğindeki algılanan yükseköğretim hizmet kalite boyutlarını, *(akademik boyut, akademik olmayan boyut ve empati boyutları)* şeklinde gördüklerini, öğrencilerin yükseköğretimde algıladıkları hizmet kalitesinin düşük olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
Galeeva (2016)	Servqual	Araştırmanın sonucunda önerilmiş olan teknik ile Servqual ölçeğinin önemli oranda geliştirilebileceği görülmüştür. Rusya'da yükseköğretim hizmetlerinin kalitesini ölçmek amacıyla uyarlanmış Servqual ölçeği, Servperf ve HEdPERF gibi ölçeklerle karşılaştırılarak geçerlilik ve güvenilirlikleri test edilmelidir
Khoo vd.(2017)	Servqual	Algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranış niyetleri arasında olumlu ilişkiler ortaya konmuştur. Bir diğer ifadeyle algılanan hizmet kalitesinin öğrencilerin memnuniyetini etkilediği, memnuniyetin de öğrencilerin okullarına sadık kalma niyetleri üzerinde etkisi olduğunu hatta sadık öğrencilerin daha fazla ücret ödedikleri sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Tablonun Devamı

Yazar Adı	Kullanılan Ölçek	Temel Bulgular
Narang (2012)	Eduqual	Eduqual ölçeğinin *(fiziksel tesisler, öğrenme çıktıları, duyarlılık, kişisel gelişim ve akademik boyutunun)* tamamında negatif kalite boşlukları çıkmıştır. En yüksek negatif kalite boşluğu fiziksel tesisler boyutunda çıkarken en düşük negatif kalite boşluğu ise akademik boyutta çıkmıştır. Geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış Eduqal ölçeği 28 madde ve beş boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar *(fiziksel tesisler, öğrenme çıktıları, duyarlılık, kişisel gelişim ve akademik boyut)* şeklinde isimlendirilmektedir
Noaman vd.(2017)	Heqam	*(Ders müfredatı, personel, altyapı, kariyer beklentileri, idari hizmetler, kütüphane hizmetleri, e-hizmetler ve yerleşke kalitesi)* boyutlarından ders müfredatı hizmet kalitesi boyutunun en yüksek puanı aldığı sonucuna ulaşmışlar ve geliştirmiş oldukları esnek Heqam modelinin yükseköğretimde hizmet kalitesi algılarının öğrenilmesinde kullanılabileceğini ileri sürmüşlerdir.
Rodríguez-González ve Segarra (2016)	Tedperf	Yükseköğretimde HEdPERF ölçeğine dayalı yeni bir hizmet kalitesi ölçeği olan Tedperf ölçeğini geliştirip doğrulamışlar, bu ölçeğin güvenilir, geçerli ve boyutlu olduğunu görmüşlerdir. *(Akademik yönler, akademik olmayan yönler ve itibar)* şeklinde 3 kalite boyutu ortaya çıkmıştır.
Yıldız ve Kara (2009)	Pesperf	*(Empati, erişim ve akademik yönlerin)* yükseköğretimde hizmet kalitesinin belirleyicisi oldukları, Pesperf ölçeğinin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında yükseköğretimde oldukça güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
Teeroovengadum vd. (2016)	Hesqual	Hesqual ölçeğinin beş temel boyutunun olduğu bu boyutların *(idari kalite, temel eğitim kalitesi, fiziksel çevre kalitesi, destek tesisleri kalitesi ve dönüştürücü kalite)* olduğu ve bu kalite boyutlarının literatürdeki kalite boyutlarıyla tutarlı olduğu görülmüştür.
Khalaf ve Khourshed (2017)	PG-SQ modeli	Araştırmalarının sonucunda *(akademik personelin yetkinliği, personel güvenilirliği, yanıt verme, program tasarım ve düzenlemeleri, somut unsurlar, güvence, empati, enstitü imajı, bilgiye erişim ve zaman yönetimi)* şeklinde yükseköğretimde kalite boyutlarını belirlemişlerdir.
Clemes vd. (2013)	Çok düzeyli bir modelleme	Hizmet kalitesi üç ana boyut ve 13 alt boyuttan oluşmuştur. Birinci boyut olan *etkileşim kalitesi; kişisel iletişim, uzmanlık, yönetici personel, ders içeriği, tutum ve davranışlardan* oluşmuştur. İkinci boyut olan *fiziksel çevre kalitesi; fiziksel tesisler, konaklama tesisleri, sosyal yaşam, kütüphane, güvenlik ve sosyal aktivitelerden* oluşmuştur. Üçüncü boyut olan sonuç kalitesi; kişisel gelişim ve akademik gelişim alt boyutlarından oluşmuştur.
Douglas vd. (2008)	Kritik Olay Tekniği	Yükseköğretimde yöneticilerin *(yanıt verebilirlik, iletişim ve erişim)* boyutlarına odaklanıp öğretim, öğrenme değerlendirme alanlarında duyarlı olunması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.
Jain vd. (2011)	-	*Program kalitesi ve yaşam kalitesİ* şeklinde iki ana boyut bulmuşlardır. Program kalitesi boyutunun; girdi kalitesi, ders müfredatı, akademik tesisler ve üniversite sanayi işbirliği alt boyutundan oluştuğu, yaşam kalitesi boyutunun ise akademik olmayan yönler, fiziksel ya da destek tesisleri, kampüs ve etkileşim kalitesinden oluştuğu, hizmet kalitesinin çok boyutlu ve hiyerarşik bir yapıda olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablonun Devamı

Sultan ve Yin Wong (2012)	-	Hizmet kalitesinin sonucu *güven, memnuniyet ve imajdan* oluşmuştur. Pazarlama iletişimi bilgileri yükseköğretimde algılanan hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir. Bu iletişim bilgilerinin geçmiş deneyimlerden daha önemli olduğu görülmüştür.
Sultan ve Yin Wong (2013)	-	Algılanan hizmet kalitesinin önemli öncülleri bilgi ve geçmiş deneyimdir. *Akademik, idari ve tesisler hizmet kalitesi* boyutları olarak ortaya çıkmıştır. Öğrenci memnuniyeti ve güvenin algılanan hizmet kalitesi ile doğrudan ve pozitif bir ilişkiye sahiptir. Marka performansı ve davranışsal niyetin algılanan hizmet kalitesiyle memnuniyet ve güven aracılığıyla dolaylı bir ilişki içerisinde olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ

Araştırmanın amacı Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin hizmet kalitesini birincil paydaşları olan öğrencilerinin değerlendirmeleri ile ölçmek, hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek ve algılanan hizmet kalitesinin cinsiyet, program türü ve sınıf düzeyine göre farklılık gösterip göstermediği ve genel kalite algısı, tavsiye, niyet ve memnuniyete olan etkisini araştırmaktır.

Bu kapsamda açıklayıcı ve yordayıcı desenleri içerisinde barındıran korelasyonel araştırma modeli kullanılmıştır (Creswell, 2012: 432). Korelasyonel araştırma modelinin temel amacı, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü ortaya çıkararak bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni ne düzeyde açıkladığını belirlemeye çalışmaktır (Fraenkel ve Wallen, 2009: 328).

5.1. VERİ TOPLAMA ARACI

Araştırmada verilerin toplanacağı katılımcılar olarak belirlenen, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerine ulaşmada en iyi yöntem olacağı düşünülen yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Abdullah (2005) yükseköğretimin kendine has karakteristik özelliklerinin bulunması nedeniyle hizmet sektörü çatısı altında faaliyetlerini sürdüren yükseköğretim kurumlarında bir iç paydaş olan öğrencilerin, yükseköğretimden algıladıkları kaliteyi daha iyi ölçen HEdPERF ölçeğini 2005 yılında geliştirmiştir. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi lisans ve ön lisans öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesinin ölçümünde, yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçümü özelinde kabul gören, HEdPERF ölçeğinden yararlanılmıştır. HEdPERF ölçeği İngilizceden Türkçeye çevrilmiş, daha sonra Türkçeden tekrar İngilizceye çevrilerek, çeviri hataları belirlenerek düzeltilmiştir. Bu ölçüm aracı, İngilizce uzman görüşü alınarak yeniden edit edilmiştir. Ölçeğin Türkçeye uyarlanan bu versiyonu, 25 öğrenci ile pilot çalışmada tekrar kontrol edilmiş, anlaşılmayan sorular düzeltilmiştir.

Üç bölümden oluşan HEdPERF ölçeğinin (Bkz. Ek-1) ilk bölümünü oluşturan 41 madde 5'li likert ölçeğinde -1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Fikrim Yok, 4=Katılıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum- olarak ifade edilmiştir.

Ölçeğin ikinci bölümünde 4 genel soru bulunmaktadır. Bu soruların ilki üniversite hizmetlerinin kalitesini öğrencilerinin genel olarak ne düzeyde algıladığı, ikincisi üniversiteden alınan hizmetlere yönelik memnuniyet düzeyi, üçüncüsü mezun olduktan sonra üniversiteye yapılacak ziyaret sayısı ve dördüncüsü üniversiteyi tercihte bulunacak diğer kişilere tavsiye etme şeklindeki maddelerin derecelendirilmesinden oluşmaktadır. Anketin üçüncü bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerini içeren, cinsiyet, yaş, sınıf, öğrenim bilgileri, öğrencinin hangi ilden geldiği, öğrencinin aylık harcama ve hangi liseden mezun olduğu bilgisi, öğrencinin üniversiteyi ve okuduğu bölümü tercih etme nedeni, öğrencinin üniversiteye gelmekle doğru bir seçim yapıp yapmadığı, öğrencilerin seçtiği bölümün kaçıncı tercihi olduğu kapsamında sorular yer almaktadır.

5.2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evreni, 2018-2019 Eğitim ve Öğretim Yılı Bahar Yarıyılında, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans ve ön lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Evrenin temsil edilmesinde örneklem yöntemi olarak, *kota örneklemesi,* tekniği kullanılmıştır. Evreni oluşturan öğrenci sayılarının belirlenmesi amacıyla Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Rektörlük Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından 2018 yılı şubat ayında öğrenim gören mevcut öğrenci sayıları talep edilmiştir. Bu rapora göre, ilgili tarihte, araştırmanın evrenini birinci öğretimde 17.051, ikinci öğretimde ise 6.441 öğrenci olmak üzere toplam 23.492 öğrenci oluşturmuştur. Öğrencilerin akademik birimlere göre sayısal ve oransal dağılımı ve 1000 örnek büyüklüğünde örneklemin akademik birimlere göre dağılımı Tablo 5.1'de açıklanmıştır. Oransal dağılımdaki örnek büyüklüğü küsuratlar nedeni ile 1002 olarak hesaplanmıştır. Her bir akademik birim için belirlenen bu örneklem büyüklüğüne, 25.02.2019-25.04.2019 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemi ile ulaşılmış, kodlama ve eksik anket olabileceği düşüncesi ile her akademik birimden artırılan örnek sayısı ile toplam 1150 katılımcıdan veriler toplanmış 1112 anket değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirmeye alınan örneklemin akademik birimlere göre dağılımı Tablo 5.2'de yer almaktadır.

Tablo 5.1: Akademik Birimlere Göre Evren ve Örneklem Sayıları

Sıra No	Fakülte/Yüksekokul	Öğrenci Sayısı ve Evren İçerisindeki Oranı (1. Öğretim)	Öğrenci Sayısı ve Evren İçerisindeki Oranı (2. Öğretim)	Toplam Öğrenci Sayısı ve Evren İçerisindeki Oranı	Akademik Birimlere göre Örneklem Dağılımı (Örnek Büyüklüğü 1000)
1	Eğitim Fakültesi	2374 (%13)	12 (%01)	2386(%10)	100
2	Fen Edebiyat Fakültesi	2098 (%12)	698 (%11)	2796(%12)	120
3	İkt. Ve İd. Bil. Fakültesi	2456 (%14)	1522 (%24)	3978(%17)	170
4	Mühendislik Fakültesi	2009 (%12)	1162 (%18)	3171(%14)	140
5	Mimarlık Fakültesi	298 (%2)	0	298(%1)	10
6	Tarım Bil. ve Teknolojileri Fakültesi	351 (%2)	0	351(%2)	20
7	İletişim Fakültesi	241 (%1)	0	241(%1)	10
8	İslami İlimler Fakültesi	373 (%2)	178 (%3)	551(%2)	20
9	Tıp Fakültesi	130 (%1)	0	130(%06)	006
10	Niğde Besyo	708 (%4)	175 (%3)	883(%4)	40
11	Zübeyde Hanım Sağlık Y.O.	689 (%4)	0	689(%3)	30
12	Niğde Sosyal Bilimler Myo	1814 (%11)	1126 (%17)	2940(%13)	130
13	Niğde Teknik Bilimler Myo	1190 (%7)	730 (%11)	1920(%8)	80
14	Zübeyde Hanım Sağlık Hizm. Myo	574 (%3)	435 (%7)	1009(%4)	40
15	Bor Meslek Yüksekokulu	1101 (%6)	388 (%6)	1489(%6)	60
16	Bor Halil-Zöhre Ataman Myo	192 (%1)	9 (%01)	201(%08)	8
17	Ulukışla Meslek Yüksekokulu	272 (%2)	6(%001)	278(%1)	10
18	Türk Musikisi ve Devlet Konservatuvarı	181 (%1)	0	181(%08)	8
	TOPLAM	17.051	6.441	**23.492**	**1002**

Değerlendirilen örneklem büyüklüğü ve akademik birimlere göre dağılımı Tablo 5.2'de yer almaktadır.

Tablo 5.2: Değerlendirilen Örneklem Büyüklüğü ve Akademik Birimlere Göre Dağılımı

Sıra No	Fakülte/Yüksekokul	Akademik Birimlere Göre Örneklem Dağılımı	Araştırmada Değerlendirmeye Alınan Örneklem
1	Eğitim Fakültesi	100 (%10)	98 (%8.8)
2	Fen Edebiyat Fakültesi	120 (%12)	131(%11.7)
3	İkt. ve İd. Bil. Fakültesi	170 (%17)	173(%15.5)
4	Mühendislik Fakültesi	140(%14)	133 (%11.9)
5	Mimarlık Fakültesi	10(%1)	15 (%1.3)
6	Tarım Bil. ve Teknolojileri Fakültesi	20(%2)	19 (%1.7)
7	İletişim Fakültesi	10(%1)	20 (%1.8)
8	İslami İlimler Fakültesi	20 (%2)	31 (%2.8)
9	Tıp Fakültesi	6 (%06)	19 (%1.7)
10	Niğde Besyo	40 (%4)	44 (%3.9)
11	Zübeyde Hanım Sağlık Y.O.	30 (%3)	33 (%3)
12	Niğde Sosyal Bilimler Myo	130(%17)	124 (%11.1)
13	Niğde Teknik Bilimler Myo	80 (%8)	86 (%7.7)
14	Zübeyde Hanım Sağlık Hizm. Myo	40(%4)	43 (%3.8)
15	Bor Meslek Yüksekokulu	60 (%6)	86 (%7.7)
16	Bor Halil-Zöhre Ataman Myo	8(%08)	16 (%1.4)
17	Ulukışla Meslek Yüksekokulu	10(%1)	28 (%2.5)
18	Türk Musikisi ve Devlet Konservatuvarı	8(%08)	13 (%1.2)
	TOPLAM	**1002**	**1112**

5.3. İSTATİSTİK ANALİZ YÖNTEMLERİNİN BELİRLENMESİ

Araştırmada kullanılan HEdPERF ölçeğinin derecelendirilmesinde 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliliklerinin test edilmesi ve doğrulanması amacıyla, Keşifsel Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis-EFA), Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis-CFA-DFA) kullanılmıştır. Keşifsel faktör analizi, veri matrisindeki değişkenlerden ilişkili olanları bir araya getirerek birbirlerinden bağımsız bir şekilde ortak faktör yapılarının oluşturulmasını sağlayan ve az sayıda faktör ile ölçüm yapılmasını amaçlayan bir analiz türüdür (Özer ve Uyar, 2010: 94). Doğrulayıcı Faktör Analizi ile araştırmacı araştırma modellerini tanımlayabilir, faktörleri düzenleyebilir ve modeller için verinin uygunluk yeteneğini test edebilir (Hoyle, 1995: 180). Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde, ANOVA, Ki-Kare, bağımsız örneklem t testi regresyon ve korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır.

İstatistiksel analizlerde bilgisayar paket programlarından yararlanılmıştır. Keşifsel Faktör Analizi ve hipotez testleri için SPSS 23 paket programından, Doğrulayıcı Faktör Analizi için LISREL 8.7 paket programları kullanılmıştır.

5.4. ARAŞTIRMA KATILIMCILARINI TANITICI BİLGİLER

Araştırmada cevaplamayı kabul eden katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler, Tablo 5.3'de, öğrenim gördükleri bölümü tercih etme nedenlerinin dağılımı Tablo 5.4'de açıklanmaktadır.

Tablo 5.3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kız	567	50,7
	Erkek	542	48,5
Yaş	18-22	883	79,40
	23-27	186	16,72
	28-31	8	0,71
	32-47	6	0,54
Program Türü	Lisans	729	65,55
	Ön Lisans	383	34,44
Gelir	100-500 TL	320	28,77
	550-1000 TL	600	53,95
	1500-2000 TL	108	9,71
	2001 TL ve üzeri	17	1,52
Öğretim Türü	1. Öğretim	812	72,6
	2. Öğretim	300	26,8
Sınıf Düzeyi	1. Sınıf	399	35,7
	2. Sınıf	353	31,6
	3. Sınıf	177	15,8
	4. Sınıf	173	15,5
Mezun Olunan Lise	Genel Lise	138	12,3
	Anadolu Lisesi	496	44,4
	Fen Lisesi	21	1,9
	İmam Hatip Lisesi	123	11,0
	Anadolu Meslek Lisesi	112	10,0
	Endüstri Meslek Lisesi	50	4,5
	Öğretmen Lisesi	41	3,7
	Ticaret Meslek Lisesi	32	2,9
	Teknik Lise	32	2,9
	Özel Lise	33	3,0
	Kız Meslek Lisesi	3	,3
	Açıköğretim Lisesi	9	,8
	Sağlık Meslek Lisesi	8	,7
	Sosyal Bilimler Lisesi	2	,2
	Açıköğretim Meslek Lisesi	1	,1
	Anadolu İmam Hatip Lisesi	1	,1
	Güzel Sanatlar Lisesi	5	,4

Anketi cevaplayan öğrencilerin birçoğu ilgili demografik özellikler ile bazı faktörlere ilişkin bilgiyi paylaşmamıştır. Dolayısıyla, bu değişkenlerde katılımcı sayıları farklılık gösterebilmektedir.

- *Araştırmaya katılan öğrencilerin %50.7'sini kız* (*n*= 567), %48.5'ini (*n*= 542) ise erkek öğrenciler oluşturmuştur.
- *Araştırmaya katılan öğrencilerin %79.40'ını (n = 883) 18-22 yaş aralığındaki öğrenci;* %16.72'sini (*n*=186) 23-27 yaş aralığındaki öğrenci ve %1,25'ini (*n*=14) 28-47 yaş aralığındaki öğrenci oluşturmuştur. Bu sonuçlar, ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun- beklenildiği şekilde- 18-27 yaş (%96,1) aralığında olduğunu ve Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin genç nüfustan oluştuğunu göstermektedir.
- *Araştırmaya katılan öğrencilerin %65.55'i (n=729) lisans,* %34.44'ü (*n* = 383) ise ön lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Bu sonuçlar, ankete katılan öğrencilerin çoğunluğunun lisans öğrencilerinden oluştuğunu göstermektedir.
- *Araştırmaya katılan öğrencilerin %28.77'sini (n=320) 100-500 TL gelir grubundaki öğrenciler,* %53.95'ini (*n*=600) 550-1000 TL gelir grubundaki öğrenciler, %9.71'ini (*n*=108) 1500-2000 TL gelir grubundaki öğrenciler ve %1.52'sini (*n*=17) 2001 TL ve üzeri gelir grubundaki öğrencilerdir. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesindeki öğrencilerin çoğunluğunun (600 öğrenci) 550-1000 TL gelir grubundaki öğrencilerden oluştuğunu, 320 öğrencinin 100-500 TL grubunda yer alarak ikinci yüksek gelir grubu içerisinde olduğu ve bu gelir gruplarını yüksekten düşüğe doğru sırasıyla 1500-2000 TL aylık gelire sahip 108 öğrenci ve 2001 TL ve üzeri aylık gelire sahip 17 öğrencinin oluşturduğu, öğrencilerin aylık ortalama olarak 800 (803,7447) Türk Lirası para harcadığı görülmüştür. Bu sonuçlarda, Niğde'nin büyük şehirlere göre ucuz olması ve bir öğrenci kenti olmaya aday olmasının etkisi görülmüştür.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin %72.6'sı (n = 812) birinci öğretimde, %26.8'i (n=300) ise ikinci öğretimde öğrenim görmektedir. Bu sonuçlar,

ankete katılan öğrencilerin çoğunluğunun birinci öğretimde öğrenim gören öğrencilerinden oluştuğunu göstermektedir.

- Araştırmaya %35.7'si (n = 399) birinci sınıf, %31.6'sı (n = 353) ikinci sınıf, %15.8'i (n=177) üçüncü sınıf ve %15.5'i (n = 173) dördüncü sınıftır. Ankete katılan öğrencilerin sınıf düzeyinde katılım sayısı sıralamasına göre 1. Sınıf, 2. sınıf, 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinin izlediği görülmüştür.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunu Anadolu Lisesinden mezun olanlar oluşturmakta, bunu sırasıyla Genel Lise, İmam Hatip Lisesi, Anadolu Meslek Lisesi, Endüstri Meslek Lisesi ve aşağıda oransal dağılımı verilen diğer liseler oluşturmaktadır.

%12.3'ü (*n* = 138) Genel liseden,
%44.4'ü (*n* = 496) Anadolu lisesinden,
%1.9'u (*n* = 21) Fen lisesinden,
%11'i (*n* = 123) İmam Hatip lisesinden,
%10'u (*n* = 112) Anadolu Meslek lisesinden,
%4.5'i (*n* = 50) Endüstri Meslek lisesinden,
%3.7'si (*n* = 41) Öğretmen lisesinden,
%2.9'u (*n* = 32) Ticaret Meslek lisesinden,
%2.9'u (*n* = 32) Teknik liseden,
%3'ü (*n* = 33) Özel liseden,
0.3'ü' (*n* = 3) Kız Meslek lisesinden,
0.8'i (*n* = 9) Açıköğretim lisesinden,
0.7'si (*n* = 8) Sağlık Meslek lisesinden,
0.2'si (*n* = 2) Sosyal Bilimler lisesinden,
0.1'i (*n* = 1) Açıköğretim Meslek lisesinden,
0.1'i (*n* = 1) Anadolu İmam Hatip lisesinden,
0.4'ü (*n* = 5) Güzel Sanatlar lisesinden mezun olmuştur.

Tablo 5.4: Araştırmaya Katılanların Öğrenim Gördükleri Bölümü Tercih Nedenleri

Tercih Sebepleri	Frekans	Yüzde
Kaliteli eğitim	35	3,2
Mesleki ilgi	291	26,9
Üniversite giriş sınavından almış olduğum puan	403	37,2
Birisinin yönlendirmesi	187	17,2
Burs	5	,4
Yurt	1	,1
Bölüm imajı	41	3,7
İş olanağı	108	10,0
Diğer	12	1,1
TOPLAM	**1083**	**100**

Araştırmaya katılan öğrenciler Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesinde öğrenim gördükleri bölümü tercih sebeplerine ilişkin sonuçlar değerlendirildiğinde; "*üniversitede giriş sınavından alınan puanın*" bölüm tercihini belirlemede en önemli faktör olduğu görülmektedir. *Mesleki ilgi ve birisinin yönlendirmesi faktörleri* ise sırasıyla tercih sebebini etkileyen ikinci ve üçüncü en önemli faktör olarak bulunmuştur. Öğrenciler *kaliteli eğitim, bölüm imajı, iş olanağı, burs ve yurt faktörlerini* ise bölüm tercih ederken fazla göz önünde bulundurmadıkları belirlenmiştir.

5.5. NORMAL DAĞILIM ANALİZİ

Araştırmada, toplanan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesinde Tablo 5.5'de yer alan basıklık ve çarpıklık değerleri kontrol edilmiş verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Tablo 5.5: Verilerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

Algılanan Hizmet Kalitesi	Basıklık	Çarpıklık
1. Akademik Yön	-,598	,319
2. Akademik Olmayan Yön	-,469	,198
3. İtibar	-,036	,103
4. Erişim	-,324	,145
Hizmet Özelliklerine Yönelik Duygu ve Düşünce		
1. Algılanan Kalite	-,529	,676
2. Genel Memnuniyet	-,489	-,203
3. Niyet	,742	,171
4.Tavsiye	,271	-,795

Tablo 5.5'de yer aldığı üzere basıklık ve çarpıklık katsayılarının sırasıyla (Algılanan kalite = –.529 / .676; Genel memnuniyet = –.489 / –.203; Niyet = .742 / .171; Tavsiye = .271 / –.795; Akademik Yön = –.598 / .319; Akademik Olmayan Yön = –.469 / .198; İtibar = –.036 / .103; Erişim = –.324 / .145) –1.96 ve 1.96 değerleri arasında bulunduğundan dolayı verilerin normal dağılım aralığında olduğu görülmüştür (Howell, 2006: 76).

Araştırmada hizmet boyutları ile öğrencilerin bu hizmetlere yönelik, genel kalite algısı, memnuniyet, niyet ve tavsiye, arasındaki ilişkiler Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı analizi kullanılarak hesaplanmıştır. Ayrıca hizmet boyutlarının öğrencilerin bu hizmetlere yönelik duygu ve düşüncelerini yordama gücünü hesaplayabilmek için ise çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Analizlerden önce, verilerin korelasyon analizi için normal dağılım gösterip göstermediği kontrol edilmiştir. Buna göre, basıklık ve çarpıklık katsayılarının sırasıyla hepsi –1.96 ve 1.96 değerleri arasında bulunması nedeniyle, verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Howell, 2006: 76). Bununla birlikte, Merkezi Limit Kuramına göre de büyük örneklemlerde veriler, genellikle normal dağılım göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 78). Diğer taraftan, araştırmada çoklu regresyon analizini kullanabilmek için veri setinde doğrusallık ve normallik varsayımlarını ihlal edecek bir değer

bulunmamaktadır. Ayrıca, regresyon analizindeki değişkenler arasındaki otokorelasyonun varlığı incelenmiş; değerler Tablo 5. 6'de gösterilmiştir.

Tablo 5.6: Regresyon Analizi Doğrusallık ve Normallik Varsayımı Değerleri

Durbin-Watson (D-W)	1.78
Varyans artış faktörü (VIF)	1.59–1.90
Durum indeksi (CI)	12.50–16.48

Durbin-Watson (D–W = 1.78) sonucuna göre değişkenler arasında otokorelasyon tespit edilmemiştir. Araştırma veri seti çoklu bağıntı varsayımı açısından da incelenmiş; bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı bulunmamıştır. Bu doğrultuda, varyans artış faktörü (VIF) ve durum indeksi (CI) incelenmiş olup, VIF değerleri 1.59–1.90 arasında, CI değerleri ise 12.50–16.48 arasında hesaplanmıştır. VIF değerine ilişkin olarak 10'a eşit veya büyük değerler çoklu bağıntıyı gösterirken, CI değerine ilişkin olarak ise 30'a eşit ya da büyük değerler çoklu bağıntıya işaret etmektedir (Shavelson, 2012: 592). Bu bağlamda, araştırmada elde edilen değerler veri setinde çoklu bağıntı problemi olmadığını göstermektedir. Bu açıdan, elde edilen sonuçlar veri setinin çoklu regresyon analizinin uygulanmasına uygun olduğunu göstermiştir.

5.6. GEÇERLİLİK VE GÜVENİRLİLİK ANALİZİ

Araştırmada kullanılan HEdPERF ölçeğinin yapı geçerliliklerinin test edilmesi ve doğrulanması amacıyla, Keşifsel Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis-EFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis-CFA-DFA) kullanılmıştır. Keşifsel faktör analizi, veri matrisindeki değişkenlerden ilişkili olanları bir araya getirerek birbirlerinden bağımsız bir şekilde ortak faktör yapılarının oluşturulmasını sağlayan ve az sayıda faktör ile ölçüm yapılmasını amaçlayan bir analiz türüdür (Özer ve Uyar, 2010: 94). Doğrulayıcı Faktör Analizi ile araştırmacı araştırma modellerini tanımlayabilir, faktörleri düzenleyebilir ve modeller için verinin uygunluk yeteneğini test edebilir (Hoyle, 1995: 180).

Öncelikle veri setinin varsayımları karşılayıp karşılamadığı sınanmıştır. Tek değişkenli uç değerlerin incelenmesi için her bir maddeye verilen yanıtlara ilişkin standart z değerleri hesaplanmış ve bir değer veri setinden çıkarılmıştır. Çok değişkenli uç değerleri belirlemek amacıyla 41 değişken için Mahalonobis uzaklıkları hesaplanmış ve elde edilen değerler 0,001 düzeyinde $\chi 2$ tablo değeriyle karşılaştırılmıştır. Tablo değerinden büyük olan 72 değer, veri setinden çıkarılmıştır. Bu şekilde veri setinde toplam 1044 katılımcı ile analize devam edilmiştir. Mahalanobis uzaklığı değeri, regresyon analizlerinde normallik sayıltılarıyla doğrusallık sayıltılarının karşılanmasında güçlük çıkartan uç değerlerin öğrenilmesi amacıyla hesaplanan bir değerdir (Çokluk vd., 2021: 211). Çoklu regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan Mahalonobis uzaklıklarının sıralanması sonucunda $\chi 2$ tablo değerinden büyük olan gözlem noktalarının veriden silinmesi gerekmektedir (Başol, 2019: 159).

Keşfedici faktör analizi sonucunda, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.943 bulunmuştur. KMO değerinin hesaplanmasında ölçeğin tek boyutlu ya da çok boyutlu olması önemli değildir; nitekim bu değer örneklem büyüklüğü açısından faktör analizi için veri yapısının uygunluğunu test etmeye yönelik bir ölçüttür. Örneklem büyüklüğü için değer "0.50-0.60 arasında ise kötü", "0.60-0.70 arasında ise zayıf", "0.70-0.80 arasında ise orta", "0.80-0.90 arasında ise iyi", "0.90 üzerinde ise mükemmel" yorumu yapılır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 228). Tablo 5.7'de KMO ve Barlett Testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5.7: KMO ve Barlett Testi Sonuçları

KMO		.943
Barlett Testi	Ki-kare (χ^2)	1191.500
	sd	378
	p	.000

KMO değeri 0.90 üzerinde olduğu için veri yapısının örneklem büyüklüğü açısından faktör analizi için mükemmel derecede uygun olduğu söylenebilir. Ayrıca Barlett küresellik testi sonucuna göre ki-kare (χ^2) değeri 0.01 düzeyindedir (χ^2=1191.500, p =.00). Bu sonuçlar, verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğini göstermektedir (Çokluk vd., 2010: 208). Dolayısıyla ölçekte yer alan

maddelerin ölçülmek istenen özellik açısından faktör analizi için uygun olduğu belirlenmiştir.

Ölçeğin faktör yapısını ortaya koymak için faktörleştirme tekniklerinden temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Maddelerin hangi boyuta daha iyi yerleştiğini belirlemek amacıyla dik döndürme yöntemlerinden varimax (maksimum değişkenlik) yöntemi kullanılmış, Faktör yükü en az 0.32 olan maddeler asıl ölçek için seçilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 646). Birden fazla faktörde yüksek yük değerine sahip olan 13 madde ölçekten çıkarılmıştır (Ölçekten çıkarılan maddeler ölçek numaralarına göre 3, 12, 17, 19, 20, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 35). Yapılan EFA sonucunda maddelere ilişkin elde edilen faktör yük değerleri Tablo 5.8'de verilmiştir.

Tablo 5.8: Maddelerin Faktör Yük Değerleri

Madde numarası	Akademik yön	Akademik olmayan yön	İtibar	Erişim
k5	,757			
k2	,729			
k6	,724			
k4	,710			
k1	,636			
k7	,626			
k8	,582			
k22		,770		
k21		,709		
k29		,683		
k23		,666		
k28		,652		
k24		,639		
k25		,519		
k11			,676	
k13			,619	
k15			,612	
k16			,571	
k18			,520	
k9			,516	
k14			,484	
k10			,479	
k39				,725
k40				,705
k38				,600
k41				,584
k37		,410		,511
k36		,353		,479

Tablo 5.8 incelendiğinde, maddelerin birbirinden yeterince ayrılmış dört faktör altında toplandığı görülmektedir. Birinci boyuttaki maddeler akademik yöne ilişkin hizmet özellikleri (akademik yönler), ikinci boyuttaki maddeler akademik olmayan yöne ilişkin hizmet özellikleri (akademik olmayan yönler), üçüncü boyuttaki maddeler itibara ilişkin hizmet özellikleri (itibar) ve dördüncü boyuttaki maddeler erişime ilişkin hizmet özellikleri (erişim), kapsamında değerlendirilmiştir. Abdullah (2005)'ın

program konuları (esnek yapı ve müfredata sahip geniş kapsamlı ve saygın akademik programlar sunma) ve anlayış (danışmanlık ve sağlık hizmetleri) olarak açıkladığı boyutlar bu çalışmada 4 faktör olması nedeni ile yer almamıştır. HEdPERF ölçeğinde 37. madde danışmanlık hizmeti 38. madde sağlık hizmetlerini içermektedir. Bu kapsamda anlayış boyutu analiz sonucunda erişim boyutu olarak birleşmiştir. Aynı zamanda HEdPERF ölçeğinde yeterli uzmanlık programları 15.maddede, esnek müfredat 16. maddede, itibarlı diploma programları madde 18. de sunulmuştur. Bu kapsamda program konuları boyutu itibar boyutu ile birleşmiştir.

Abdullah (2006c) Haziran-Ağustos 2003 zaman aralığında Malezya'da 6 yükseköğretim kurumundan 409 öğrenciden elde ettiği ve HEdPERF ölçeğini geliştirdiği çalışmasında da ölçeğin 1-8. maddeleri ve 19. maddesi akademik yön, 21-32. maddeleri akademik olmayan yön, 9-14. maddeleri ve 17-18 maddeleri ve 20. maddesi itibar, 33-36. maddeleri ve 39-41. maddeleri erişim, 15-16. maddeleri program konuları, 37-38. maddeleri anlayış boyutu olarak kümelenmiştir (Bknz. Abdullah, 2006c Tablo 4.1).

Akademik yön boyutunda yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0.582-0.757, akademik olmayan yön boyutunda yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0.519-0.770, itibar boyutunda yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0.479-0.676 ve erişim boyutunda yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0.479-0.725 arasında değişmektedir. Ölçekte yer alan her bir boyutun açıkladıkları varyans oranlarına Tablo 5.9 'da yer verilmektedir.

Tablo 5.9: Temel Bileşenler Analizi Sonucunda Faktörlere İlişkin Elde Edilen Bulgular

Boyut	Özdeğer	Varyans Yüzdesi	Toplam Varyans Yüzdesi	Kalite Sırası
Akademik yön	4,134	14,764	14,764	1
Akademik olmayan yön	4,046	14,449	29,213	1
İtibar	3,305	11,802	41,016	2
Erişim	2,860	10,213	51,228	3

Tablo 5.9 incelendiğinde, toplam varyansın %14.764'ünü akademik yön boyutunun, %14.449'unun akademik olmayan yön boyutunun, %11.802'sinin itibar boyutunun ve %10.213'ünü erişim boyutunun açıkladığı ve dört boyutun toplam varyansın %51.228'ini açıkladığı görülmektedir. Açıklanan varyans sonuçlarına göre, "akademik yön" ve "akademik olmayan yön" öğrencilerin üniversiteye yönelik hizmet kalitesi algılamalarında 1. sırada kaliteli olarak değerlendirilmektedir. "İtibar" 2. sırada, "erişim" ise 3. sıradadır. Bununla birlikte yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesi bütün boyutları içeren bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmelidir.

Ölçeğin keşfedici faktör analizi ile elde edilen faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmadığını belirlemek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis-CFA-DFA) yapılmıştır. DFA ile model-veri uyumuna ilişkin hesaplanan istatistiklerden en sık kullanılanları Ki-kare ($\chi 2$), $\chi 2$/sd, RMSEA, NNFI, NFI, CFI, IFI, GFI ve AGFI'dir. Hesaplanan $\chi 2$/sd oranının ikiden ve RMSEA değerinin 0.05'ten düşük çıkması; GFI, AGFI, NFI, NNFI, CFI ve IFI değerlerinin 0.95'ten yüksek çıkması model veri uyumunun mükemmel olduğunu göstermektedir (Jöreskog ve Sörbom, 1993: 122-126; Tabachnick ve Fidell, 2007: 715-720; Yılmaz ve Çelik, 2009: 116). Ölçekten elde edilen değerler, uyum iyiliği değerleri ile Tablo 5.10'de karşılaştırılmıştır.

Tablo 5.10: Araştırmada Kullanılan HEdPERF Ölçeği İçin Uyum İyiliği Değerleri

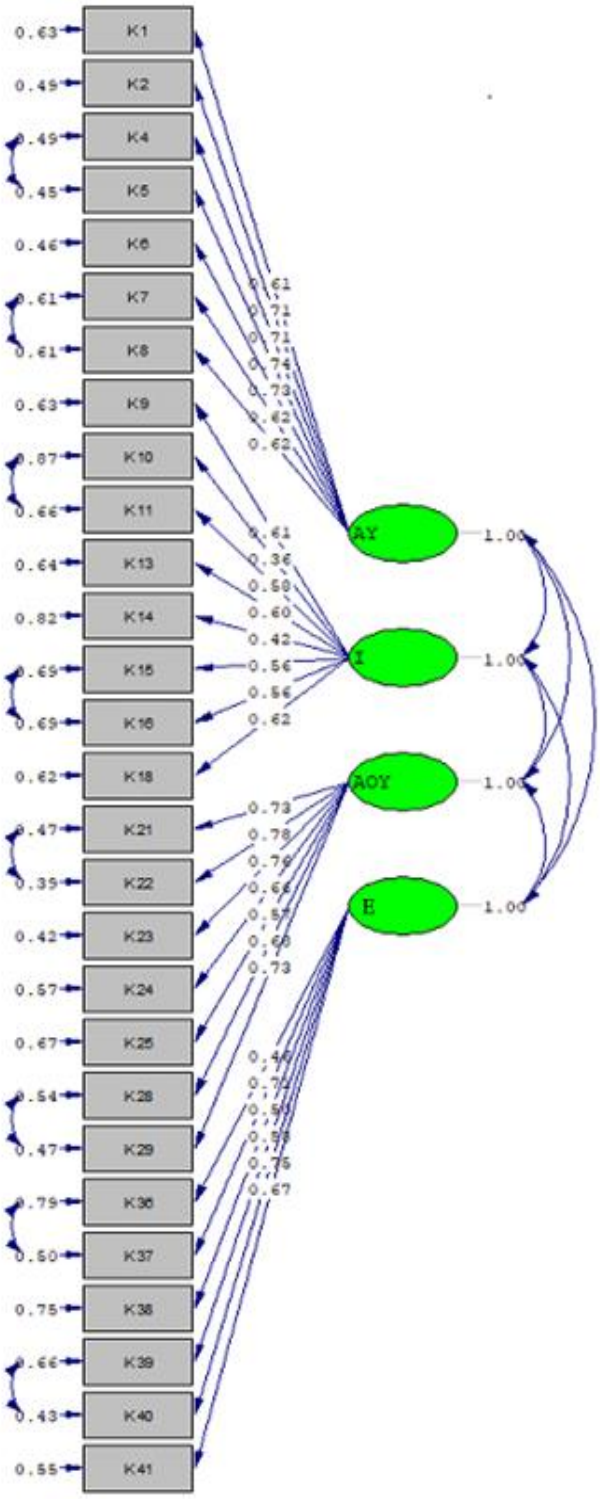
Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçeğin Uyum İyiliği Değerleri
RMSEA	0≤ RMSEA≤ .05	.05 < RMSEA ≤ .08	0.039
NFI	.95 ≤ NFI ≤1	.90≤ NFI < .95	0.98
NNFI	.97 ≤ NNFI ≤1	.95≤ NNFI < .97	0.99
CFI	.97 ≤ CFI ≤1	.95≤ CFI < .97	0.99
GFI	.95 ≤ GFI ≤1	.90≤ GFI < .95	0.94
AGFI	.90 ≤ AGFI ≤1	.85≤ AGFI < .90	0.93
χ^2	$0 \leq \chi^2 \leq 2\ df$	$2\ df \leq \chi^2 \leq 3\ df$	
p	$.05 < p \leq 1.00$	$.01 \leq p \leq .05$	p<.05
χ^2/df	$0 < \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 3$	2.63

Kaynak: Schermelleh-Engel vd., 2003: 52

Literatürde, hesaplanan χ2/sd oranının üçten, RMSEA değerinin 0.10'dan düşük çıkması, GFI değerinin 0.85'ten, AGFI değerinin 0.80'den büyük çıkması ise model veri uyumu için kabul edilebilir alt sınırlar (Anderson ve Gerbing, 1984; Cole, 1987; Marsh, Balla ve McDonald, 1988; akt. Duyan ve Gelbal, 2008: 19) olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, DFA sonucunda χ2/sd oranı 2.63, AGFI değeri 0.93, GFI değeri 0.94, RMSEA değeri 0.039, NFI değeri 0.98, NNFI, CFI ve IFI değerleri ise 0.99 bulunmuştur. Buna değerlere göre, ölçeğin faktör yapısı doğrulanmaktadır.

Şekil 5.1'de model-veri uyumuna ilişkin değerlerin tamamı dikkate alındığında, kurulan modelin veriyle mükemmele yakın uyum verdiği söylenebilir. Bu bulgular ölçeğin faktör yapısının elde edilen verilerde doğrulandığını ve bu nedenle de ölçeğin yapısal geçerliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 5.1: Ölçeğin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları



hi-Square=884.36, df=336, P-value=0.00000, RMSEA=0.039

Tablo 5.11, algılanan hizmet kalitesi boyutlarının güvenirlilik katsayılarını göstermektedir. Araştırmada belirlenen akademik yön, akademik olmayan yön, itibar, erişim boyutlarının güvenirlilik katsayıları, analiz için güvenilir olarak belirlenmiştir.

Tablo 5.11: HEdPERF Ölçeği Boyutları Güvenirlik Katsayıları

Boyut Türü	Ölçekteki Madde Sayısı	Cronbach Alfa Kaysayısı
Akademik Yön	9	0,859
Akademik Olmayan Yön	12	0,892
İtibar	9	0,760
Erişim	7	0,825
Program Çıktıları	2	0,60 (İtibar boyutu ile birleşti)
Anlayış	2	0,501(Erişim boyutu altında birleşti)

Tablo 5.11'e göre, HEdPERF ölçeğinin "akademik yön" boyutunun güvenirlik katsayısı 0.859, "akademik olmayan yön" boyutunun güvenirlik katsayısı 0,892, "itibar" boyutunun güvenirlik katsayısı 0,760 ve "erişim" boyutunun güvenirlik katsayısı ise 0,825 olarak hesaplanmıştır.

5.7. KALİTE BOYUTLARI BETİMSEL ANALİZLERİ

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin hizmet kalitesini HEdPERF ölçeği temelinde öğrencilerinin değerlendirmelerine göre araştırılması ile elde edilen sonuçlarda -akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim- olarak belirlenen dört faktör boyutuna ilişkin betimsel istatistikler Tablo 5.12'de yer almaktadır.

Tablo 5.12: Kalite Boyutlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Kalite Boyutları	Minimum	Maksimum	$\overline{X}$	Std. Sp
Akademik yön	1.00	5.00	3,63	0,76
Akademik olmayan yön	1.00	5.00	3,31	0,78
Erişim	1.00	5.00	3,13	0,77
İtibar	1.00	5.00	3,04	0,70

Tablo 5.12 sonuçları üniversite öğrencilerinin algılarına göre "akademik yön" ($\bar{x}$ =3.63) hizmet özellikleri içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olan özellik konumundadır. Bu özelliği, sırasıyla, "akademik olmayan yön" ($\bar{x}$ = 3.31), "erişim" ($\bar{x}$ = 3.13) ve "itibar" ($\bar{x}$ = 3.04) takip etmiştir.

5.8. HİPOTEZ TESTLERİ

Hipotezlerin test edilmesinde, gruplararası karşılaştırmalar ve etki analizleri yapılmıştır. Çalışmada, cinsiyet değişkenine bağlı karşılaştırmalarda bağımsız gruplar *t* testi, öğretim türü ve sınıf düzeyi değişkenlerine bağlı karşılaştırmalarda ise tek-yönlü varyans (ANOVA) analizi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki etki ve ilişkiyi açıklamada çoklu regresyon ve korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır.

H1: *Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.*

Tablo 5.13: Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t-testi Sonuçları

Hizmet özellikleri	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	Deneyim düzeyi	Std. Sp	t	p
Akademik yön	Kız	567	3,66	Katılıyorum	0,75	1.559	.119
	Erkek	542	3,59	Katılıyorum	0,77		
Akademik olmayan yön	Kız	567	3,31	Fikrim yok	0,82	.005	.996
	Erkek	542	3,31	Fikrim yok	0,74		
İtibar	Kız	567	3,07	Fikrim yok	0,71	1.399	.162
	Erkek	542	3,01	Fikrim yok	0,69		
Erişim	Kız	567	3,17	Fikrim yok	0,78	1.524	.128
	Erkek	542	3,10	Fikrim yok	0,76		
Toplam Kalite Algısı (Dört Boyut)	Kız	567	3,30	Fikrim yok	0,63	1.371	.171
	Erkek	542	3,25	Fikrim yok	0,59		

*$p < 0.05$

Kız öğrenciler hizmet kalitesi boyutlarından akademik yönü $\bar{x}$ = 3.66, erkek öğrenciler $\bar{x}$ = 3.59 olarak değerlendirmişlerdir. Ortalama puanlar incelendiğinde hem kız hem de erkek öğrencilerin akademik yöne ilişkin hizmet algılarının "*katılıyorum"* düzeyinde olduğu görülmektedir. Bağımsız örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, kız öğrencilerle erkek öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t = 1.559, $p > .05$).

Kız ve erkek öğrenciler *akademik olmayan yön* alt boyutunun hizmet kalitesini $\bar{x}$=3.31 düzeyinde değerlendirmişlerdir. Ortalama puanlar incelendiğinde hem kız hem de erkek öğrencilerin akademik olmayan yöne ilişkin hizmet algılarının "*fikrim yok*" düzeyinde olduğu görülmektedir. Bağımsız örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, kız öğrencilerle erkek öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t =.005, $p > .05$).

Kız öğrenciler için *itibar* alt boyutunun hizmet kalitesi $\bar{x}$ = 3.07, erkek öğrenciler için $\bar{x}$ = 3.01'dir. Ortalama puanlar incelendiğinde hem kız hem de erkek öğrencilerin itibara ilişkin hizmet algılarının "*fikrim yok*" düzeyinde olduğu görülmektedir. Bağımsız gruplar t-testi sonuçları incelendiğinde, kız öğrencilerle erkek öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t =1.399, p >.05).

Kız öğrenciler erişim hizmet kalitesini $\bar{x}$ = 3.17 erkek öğrenciler $\bar{x}$ = 3.10 düzeyinde değerlendirmişlerdir. Ortalama puanlar incelendiğinde hem kız hem de erkek öğrencilerin erişim boyutu hizmet kalitesi algılarının "*fikrim yok*" düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu boyut için de bağımsız örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, kız öğrencilerle erkek öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t = 1.524, p>.05).

Dört boyutun birlikte değerlendirildiği toplam kalite algısını kız öğrencileri $\bar{x}$ = 3.19, erkek öğrenciler $\bar{x}$ = 3.09 düzeyinde değerlendirmişlerdir. Ortalama puanlar incelendiğinde hem kız hem de erkek öğrencilerin hizmet özelliklerine ilişkin hizmet algılarının "*fikrim yok*" düzeyinde olduğu görülmektedir. Bağımsız Örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, kız öğrencilerle erkek öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılık yoktur (t = 1.371, p >.05). Tüm boyutlar ve gruplar için, H1 hipotezi desteklenmemiş olup, Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

H2: *Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, öğretim türüne göre (1. Öğretim ve 2. Öğretim) farklılık göstermektedir.*

Tablo 5.14: Öğretim Türüne Göre Bağımsız Gruplar t-testi Sonuçları

Hizmet özellikleri	Öğretim türü	N	$\overline{X}$	Deneyim düzeyi	Std. Sp	t	p
Akademik yön	1. Öğretim	812	3,64	Katılıyorum	0,76	1.035	.301
	2. Öğretim	300	3,59	Katılıyorum	0,76		
Akademik olmayan yön	1. Öğretim	812	3,31	Fikrim yok	0,79	.210	.834
	2. Öğretim	300	3,30	Fikrim yok	0,77		
İtibar	1. Öğretim	812	3,04	Fikrim yok	0,71	.010	.992
	2. Öğretim	300	3,04	Fikrim yok	0,68		
Erişim	1. Öğretim	812	3,15	Fikrim yok	0,77	1.495	.135
	2. Öğretim	300	3,08	Fikrim yok	0,78		
Toplam Kalite Algısı (Dört Boyut)	1. Öğretim	812	3,28	Fikrim yok	0,61	.864	.388
	2. Öğretim	300	3,25	Fikrim yok	0,60		

*$p < .05$

1. öğretim öğrencileri *akademik yön* hizmet kalitesi boyutunu x̄= 3.64, 2. Öğretim öğrencileri x̄= 3.59 düzeyinde değerlendirmişlerdir. Ortalama puanlar incelendiğinde öğretim program türlerinin her ikisinde de akademik yöne ilişkin hizmet kalitesi puanının "*katılıyorum*" düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu sonuç Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin akademik yöne ilişkin aldıkları hizmetleri kaliteli olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Bağımsız örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, birinci ve ikinci öğretimde öğrenim gören öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t = 1.035, p >.05).

Akademik olmayan yön hizmet kalitesi 1. öğretim öğrencilerinde x̄= 3.31, 2. Öğretim öğrencilerinde x̄= 3.30 ve "fikrim yok" düzeyindedir. Bağımsız Örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, 1. ve 2. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılık yoktur (t = 0.210, p > .05).

İtibar temelli hizmet kalitesi 1. öğretim öğrencileri için x̄ = 3.04, 2. Öğretim öğrencileri için x̄= 3.04 *"fikrim yok"* düzeyinde olduğu görülmektedir. Bağımsız Örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde de itibar özelliklerine göre hizmet kalitesi algıları, 1. ve 2. öğretimde öğrenim gören öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır (t = 0.010, p > .05).

Erişim özelliklerini içeren hizmet kalitesi 1. öğretim öğrencilerinde $\bar{x}$ = 3.15, 2. Öğretim öğrencilerinde $\bar{x}$= 3.08 "*fikrim yok"* düzeyindedir. Bağımsız Örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, 1.ve 2. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t = 1.495, p > .05).

Dört boyutun birlikte değerlendirildiği toplam kalite algısını 1. öğretimde öğrenim gören öğrenciler $\bar{x}$ = 3,28 2. öğretimde ise $\bar{x}$= 3.25 "*fikrim yok*" düzeyinde değerlendirmişlerdir. Bağımsız Örneklemler t-testi sonuçları incelendiğinde, 1.ve 2. öğretimde öğrenim gören öğrencilerin puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (t=.864, p >.05).

Sonuçta, H2 hipotezi desteklenmemiş olup, *üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi 1. ve 2. öğretim türüne göre farklılık göstermemektedir*.

H3: *Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, sınıf düzeyine (1, 2, 3, 4) göre farklılık göstermektedir.*

Tablo 5.15: Sınıf Düzeyine Göre Tek-Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi Sonuçları

Hizmet özellikleri	Sınıf düzeyi	N	$\overline{X}$	Std. Sp	F	p	Fark
Akademik yön	1. Sınıf	399	3,59	0.77	1,354	.255	
	2. Sınıf	353	3,70	0.75			
	3. Sınıf	177	3,61	0.78			
	4. Sınıf	173	3,64	0.66			
Akademik olmayan yön	1. Sınıf	399	3,30	0.76	5,290	.001*	1-2
	2. Sınıf	353	3,44	0.77			2-3
	3. Sınıf	177	3,19	0.88			2-4
	4. Sınıf	173	3,22	0.75			
İtibar	1. Sınıf	399	3,01	0.70	1,174	.318	
	2. Sınıf	353	3,08	0.71			
	3. Sınıf	177	3,00	0.72			
	4. Sınıf	173	3,14	0.64			
Erişim	1. Sınıf	399	3,07	0.78	2,430	.064	
	2. Sınıf	353	3,21	0.73			
	3. Sınıf	177	3,08	0.84			
	4. Sınıf	173	3,17	0.72			
Toplam Kalite Algısı (Dört Boyut)	1. Sınıf	399	3,24	0.62	2,838	.037*	1-2
	2. Sınıf	353	3,35	0.60			2-3
	3. Sınıf	177	3,22	0.65			
	4. Sınıf	173	3,28	0.55			

*p < 0.05

Öğrencilerin *akademik yön* olarak hizmet kalitesini değerlendirmeleri 1.sınıfta $\bar{x}$ = 3.59, 2. sınıfta $\bar{x}$ = 3.70, 3. sınıfta $\bar{x}$ = 3.61 ve 4. sınıfta $\bar{x}$=3.64'tür. Ortalama puanlar incelendiğinde farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin akademik yöne ilişkin hizmet algılarının "*katılıyorum"* düzeyinde olduğu görülmektedir. Tek-yönlü ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin akademik yöne ilişkin puanları arasında sınıf düzeyine göre anlamlı farklılıkların olmadığı görülmektedir (F= 1.354, p >.05). Öğrencilerinin değerlendirmelerine göre akademik yöne ilişkin hizmet özelliklerinin kalitesi sınıf düzeyinde farklılaşmamaktadır.

Öğrencilerin *akademik olmayan yön* özelliklerinde hizmet kalitesini değerlendirmeleri 1.sınıfta $\bar{x}$ = 3.30, 2. sınıfta $\bar{x}$ = 3.44, 3.sınıfta $\bar{x}$ = 3.19 ve 4. sınıfta $\bar{x}$ = 3.22'dir. Ortalama puanlar incelendiğinde 2. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin akademik olmayan yöne ilişkin hizmet algılarının "*katılıyorum*", diğer sınıf düzeylerinde ise "*fikrim yok*" olduğu görülmektedir. Tek-yönlü ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin akademik olmayan yöne ilişkin puanları arasında sınıf düzeyine göre anlamlı farklılıkların 2. Sınıf düzeyinde olduğu görülmektedir (F = 5.290, p < .05). LSD çoklu karşılaştırma testi LSD çoklu karşılaştırma testi sonuçları incelendiğinde bu farklılığın 2. Sınıftaki öğrencilerle 1, 3 ve 4. Sınıftaki öğrenciler arasında 2. Sınıftaki öğrenciler lehine olduğu görülmektedir. 2. sınıfta akademik olmayan yön kalite boyutunun daha olumlu değerlendirildiği görülmüştür. Eta-kare etki büyüklüğü ise 0.014 bulunmuştur. Bu bulgular sınıf düzeyinin öğrencilerin akademik olmayan yöne ilişkin hizmet algıları üzerindeki farklılığının düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin *itibar* özelliklerinde hizmet kalitesini değerlendirmeleri 1.sınıfta $\bar{x}$ = 3.01, 2. sınıfta $\bar{x}$ = 3.08, 3. sınıfta $\bar{x}$ = 3.00 ve 4. sınıfta $\bar{x}$ = 3.14'dür. Ortalama puanlar incelendiğinde farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin itibara ilişkin hizmet algılarının "*fikrim yok"* düzeyinde olduğu görülmektedir. Tek-yönlü ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin itibara ilişkin puanları arasında sınıf düzeyine göre anlamlı farklılıkların olmadığı görülmektedir (F = 1.174, p > .05).

Öğrencilerin *erişim* özelliklerinde hizmet kalitesini değerlendirmeleri 1.sınıfta $\bar{x}$ =3.07, 2. sınıfta $\bar{x}$ =3.21, 3. sınıfta $\bar{x}$ =3.08 ve 4. sınıfta $\bar{x}$ =3.17'dir. Ortalama puanlar incelendiğinde farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin erişime ilişkin hizmet algılarının "*fikrim yok*" düzeyinde olduğu görülmektedir. Tek Yönlü ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin erişime ilişkin puanları arasında sınıf düzeyine göre anlamlı farklılıkların olmadığı görülmektedir (F = 2.430, p >.05).

1. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin dört boyutun birlikte değerlendirildiği toplam kalite algısını değerlendirmeleri $\bar{x}$ = 3.24, 2. sınıfta $\bar{x}$ = 3.35, 3. sınıfta $\bar{x}$ = 3.22 ve 4. sınıfta $\bar{x}$ =3.28'dir. Tek-yönlü ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin hizmet özelliklerinin kalitesini değerlendirmelerinde sınıf düzeyine göre anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir (F = 2.838, p < .05). LSD çoklu

karşılaştırma testi sonuçları incelendiğinde bu farklılığın 2. Sınıftaki öğrencilerle 1 ve 3. Sınıftaki öğrenciler arasında 2. Sınıftaki öğrenciler lehine olduğu görülmektedir. Eta-kare etki büyüklüğü ise .008 bulunmuştur. Bu bulgular sınıf düzeyinin öğrencilerin hizmet özelliklerinin kalitesini algılamaları üzerinde düşük düzeyde etkili olduğunu göstermektedir.

H3 hipotezi *akademik olmayan yön boyutu* ve *toplam hizmet kalitesi* algıları açısından desteklenmiş diğer boyutlar yönüyle desteklenmemiştir.

H4: *Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları ile bu hizmetlere yönelik duygu ve düşünceleri (genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, niyet, tavsiye) arasında ilişki vardır.*

Öğrencilerin aldıkları hizmet özelliklerinin kalitesini algılamaları ile genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, niyet, tavsiye ölçeğinde duygu ve düşünceleri arasında ne tür bir ilişki olduğunu ortaya koyabilmek için korelasyon analizi sonuçları Tablo 5.16'da yer almaktadır.

Tablo 5.16: Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Hizmet Özellikleri				Hizmet Özelliklerine Yönelik Duygu ve Düşünceler			
	1a.	1b.	1c.	1d.	2a.	2b.	2c.	2d.
1. Hizmet Özellikleri								
a.Akademik yön	-	.576**	.438**	.497**	.340**	.379**	.302**	.322**
b.Akademik olmayan yön		-	.532**	.615**	.413**	.402**	.289**	.339**
c.İtibar			-	.568**	.492**	.444**	.333**	.409**
d.Erişim				-	.515**	.510**	.365**	.416**
2.Hizmet Özel. Yön. Duy.								
a.Algılanan Kalite					-	.694**	.419**	.519**
b.Genel Memnuniyet						-	.432**	.502**
c.Niyet							-	.555**
d.Tavsiye								-

** $p < .01$

- *Akademik yön* ile algılanan kalite ($r = .340$, $p < .01$), genel memnuniyet ($r = .379$, $p < .01$), niyet ($r = .302$, $p < .01$) ve tavsiye ($r = .322$, $p < .01$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler;
- *Akademik olmayan yön* ile algılanan kalite ($r = .413$, $p < .01$), genel memnuniyet ($r = .402$, $p < .01$), niyet ($r = .289$, $p < .01$) ve tavsiye ($r = .339$, $p < .01$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler;
- *İtibar* ile algılanan kalite ($r = .492$, $p < .01$), genel memnuniyet ($r = .444$, $p < .01$), niyet ($r = .333$, $p < .01$) ve tavsiye ($r = .409$, $p < .01$) arasında anlamlı ilişkiler;
- *Erişim* ile algılanan kalite ($r = .515$, $p < .01$), genel memnuniyet ($r = .510$, $p < .01$), niyet ($r = .365$, $p < .01$) ve tavsiye ($r = .416$, $p < .01$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna varılmıştır.

Kalite boyurlarından erişim boyutunun ilişki düzeyinin, algılanan genel kalite, genel memnuniyet, mezun olduktan sonra üniversiteyi ziyaret etme davranış niyeti ve üniversite tercih edeceklere tavsiye etmede, diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. H4 desteklenmiş olup üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin

kalite algılamaları ile bu hizmetlere yönelik duygu ve düşünceleri (genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, niyet, tavsiye) arasında pozitif yönde anlamlı ilişki vardır.

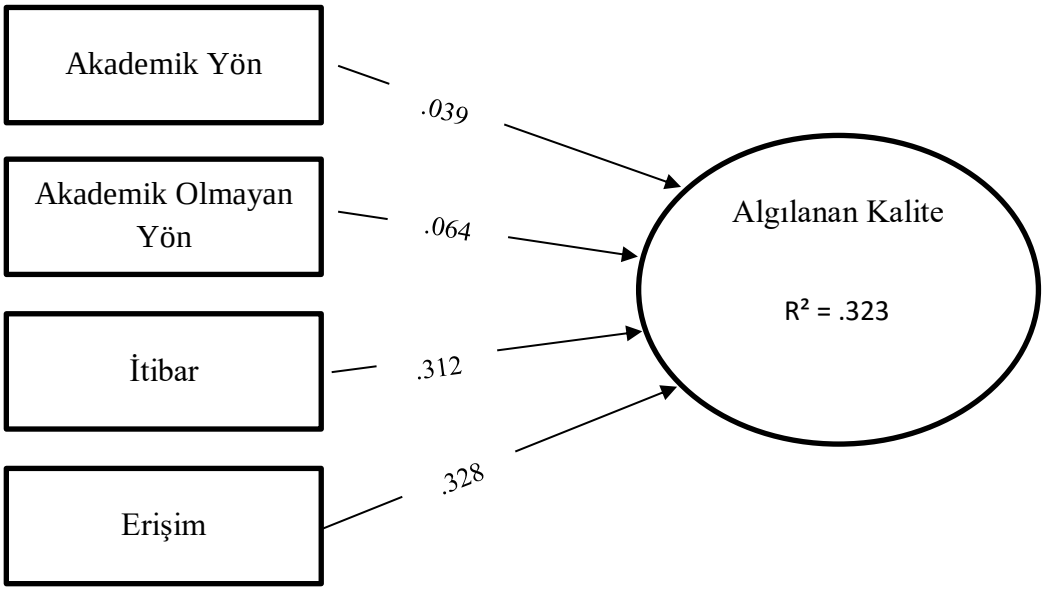
H5: *Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmet özelliklerinin toplam kalite algılamaları bu hizmetlere yönelik duygu ve düşüncelerini (genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, niyet, tavsiye) yordamaktadır.*
H5a: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin özelliklerinin toplam kalite algılamaları genel kalite algılarını yordamaktadır.

Tablo 5.17 öğrencilerin algıladıkları akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim hizmet kalitesi boyutlarının algılanan kalite üzerindeki etkisini gösteren F, β katsayısı, R^2 değerlerini, t değerlerini ve anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Tablo 5.17: HEdPERF Boyutlarının Algılanan Kaliteye Etkisi

Yordayıcı Değişken	**Yordanan Değişkenler**	**β**	**t**	**p**	**Düzeltilmiş R^2**
Hizmet Kalitesi Boyutları	**Hizmet Özel. Yön. Duy. Düş.**				
a.Akademik Yön		.039	1.120	.263	.323
b.Akademik Olmayan Yön	Algılanan Kalite	.064	1.680	.093	
c.İtibar		.312	8.090	.000	
d. Erişim		.328	8.590	.000	
F = 123.802 p = 0.00, R = .571, R^2 = .326					

Şekil 5.2: HEdPERF Boyutlarının Algılanan Kaliteyi Yordayıcılığı



Tablo 5.17 ve Şekil 5.2.de yer alan sonuçlara göre, hizmet kalitesi boyutlarının hizmet özelliklerine yönelik duygu ve düşüncelerden "*algılanan kalite*"nin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür (F = 123.802, p < .05). F değeri sonuçlarına göre modeldeki bağımsız değişkenlerden en az bir tanesi bağımlı değişken üzerinde etkilidir. Standardize edilmemiş regresyon katsayıları incelendiğinde; hizmet kalitesi boyutlarından algılanan kaliteyi en güçlü düzeyde erişim (β = .328) ve itibar (β = .312) boyutlarının yordadığı görülmüştür (p< 0.05). Akademik olmayan yön (β = .064) ve akademik yönün (β = .039) yordama gücü ise anlamlı değildir (p> 0.05). Erişim kalite boyutundaki 1 birimlik değişim algılanan kalite üzerinde 0.328'lik bir değişime neden olmakta, itibar kalite boyutundaki 1 birimlik değişme algılanan kalite üzerinde 0.312 düzeyinde bir değişime neden olmaktadır. Akademik yön ve akademik olmayan yönün algılanan kalite üzerindeki etkisi ise anlamlı bulunmamıştır. Açıklanan varyans oranları incelendiğinde ise hizmet kalitesi boyutlarının algılanan kalitedeki değişkenliğin yaklaşık olarak %32 (Düzeltilmiş R^2 =.323)'sini açıkladığı anlaşılmıştır.

H5a erişim ve itibar boyutları için kabul edilmiş, akademik yön ve akademik olmayan yön için kabul edilmemiştir. Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin genel kalite algılarını erişim ve itibar boyutları etkilemekte, akademik yön ve akademik olmayan yön boyutları etkilememektedir.

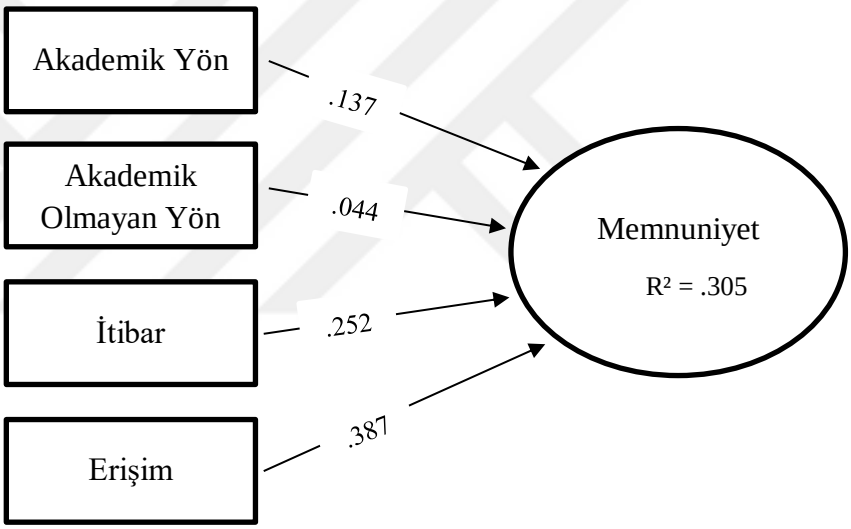
H5b: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları memnuniyet düzeylerini yordamaktadır.

Tablo 5.18 ve Şekil 5.3 öğrencilerin algıladıkları akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim hizmet kalitesi boyutlarının memnuniyet düzeylerine ilişkin duygu ve düşüncelerini hangi düzeyde yordadığını göstermektedir.

Tablo 5.18: HEdPERF Boyutlarının Memnuniyete Etkisi

Yordayıcı Değişken	Yordanan Değişkenler	β	t	p	Düzeltilmiş R^2
Hizmet Kalitesi Boyutları	**Hizmet Özel. Yön. Duy. Düş.**	.			
a.Akademik Yön	Memnuniyet	137	3.567	.000	.305
b.Akademik Olmayan Yön		.044	1.056	.291	
c.İtibar		.252	5.966	.000	
d. Erişim		.387	9.314	.000	
F = 122.081, *p*= 0.00, *R* = .554, R^2 = .307					

Şekil 5.3: HEdPERF Boyutlarının Memnuniyeti Yordayıcılığı



Tablo 5.18 ve Şekil 5.3.de yer alan sonuçlara göre, hizmet kalitesi boyutlarından en az bir tanesinin "*memnuniyetin"* anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür (F = 122.081, $p < .05$). Standardize edilmemiş regresyon katsayıları incelendiğinde; hizmet özelliklerinden memnuniyeti en güçlü düzeyde erişim (β = .387) etkilemektedir. Erişimdeki 1 birimlik değişme memnuniyet düzeyinde 0.387 düzeyinde bir artışa neden olmaktadır. İtibarda 1 birimlik değişme memnuniyette 0.252 (β = .252) düzeyinde bir artış sağlamaktadır. Akademik yön özelliklerinde 1 birimlik iyileşme memnuniyet düzeyini 0.137 düzeyinde artırmaktadır. Akademik olmayan yönün memnuniyeti yordaması ise (β = .044) anlamlı değildir (p> 0.05). Açıklanan varyans oranları incelendiğinde ise hizmet kalitesi boyutları memnuniyetteki değişkenliğin yaklaşık olarak %31'ini (Düzeltilmiş R^2 =.305) açıklamaktadır.

H5b akademik yön, erişim ve itibar boyutları için kabul edilmiş, akademik olmayan yön için kabul edilmemiştir. Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerden memnuniyet düzeylerini akademik yön, erişim ve itibar boyutları etkilemekte, akademik olmayan yön boyutu ise etkilememektedir.

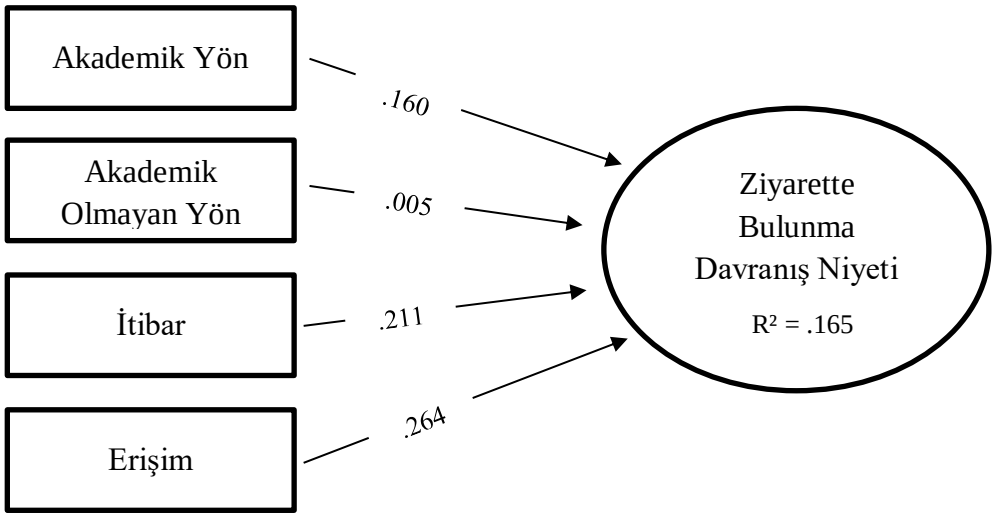
H5c: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları mezun olduktan sonra üniversiteye ziyarette bulunma davranış niyetlerini yordamaktadır.

Tablo 5.19 ve Şekil 5.4 öğrencilerin algıladıkları akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim hizmet kalitesi boyutlarının mezun oldukları üniversiteye ziyarette bulunma davranış niyetlerini hangi düzeyde yordadığını göstermektedir.

Tablo 5.19: HEdPERF Boyutlarının Mezun Olunan Üniversiteye Ziyarette Bulunma Davranış Niyetine Etkisi

Yordayıcı Değişken	Yordanan Değişkenler	β	t	p	Düzeltilmiş R^2
Hizmet Kalitesi	**Hizmet Özel. Yön. Duy. Düş.**				
a.Akademik Yön		.160	3.654	.000	
b.Akademik Olmayan Yön	Davranış Niyeti	.005	.104	.917	.165
c.İtibar		.211	4.401	.000	
d. Erişim		.264	5.589	.000	
F = 55.785, p = 0.00, R = .410, R^2 = .168					

Şekil 5.4: HEdPERF Boyutlarının Mezun Olunan Üniversiteye Ziyarette Bulunma Davranış Niyetini Yordayıcılığı



Tablo 5.19 ve Şekil 5.4.de yer alan sonuçlara göre öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarından en az birtanesinin "*mezun olduktan sonra üniversiteye ziyarette bulunma davranış niyetlerinin"* anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür (F = 55.785, $p < .05$). Standardize edilmemiş regresyon katsayıları incelendiğinde; hizmet özelliklerinden davranış niyetini en güçlü düzeyde erişim boyutu (β = .264) etkilemektedir. Erişimdeki 1 birimlik değişme ziyarette bulunma davranış niyetinde 0.264 düzeyinde bir artışa neden olmaktadır. Mezuniyetten sonra da üniversiteye ziyarette bulunma davranış niyetini itibar boyutunda 1 birimlik değişme 0.211 (β = .252) düzeyinde, akademik yön boyutunda 1 birimlik değişme ise 0.160 (β = .160) düzeyinde bir artış sağlamaktadır. Akademik olmayan yön boyutunun ise mezun olunduktan sonra üniversiteye yapılacak ziyaret sayısını etkilemediği bulunmuştur (β = .005 , p> 0.05). Açıklanan varyans oranları incelendiğinde hizmet kalitesi boyutları mezun olunduktan sonra üniversiteye yapılacak ziyarette bulunma davranış niyetinin %16'sını açıklamaktadır (Düzeltilmiş R^2 =.165).

H5c akademik yön, erişim ve itibar boyutları için kabul edilmiş, akademik olmayan yön için kabul edilmemiştir. Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesini algılama boyutlarından akademik yön, erişim ve itibar boyutları mezun olduktan sonra da üniversitelerine yapılacak ziyaret davranış niyetlerini etkilemekte, akademik olmayan yön boyutu ise etkilememektedir.

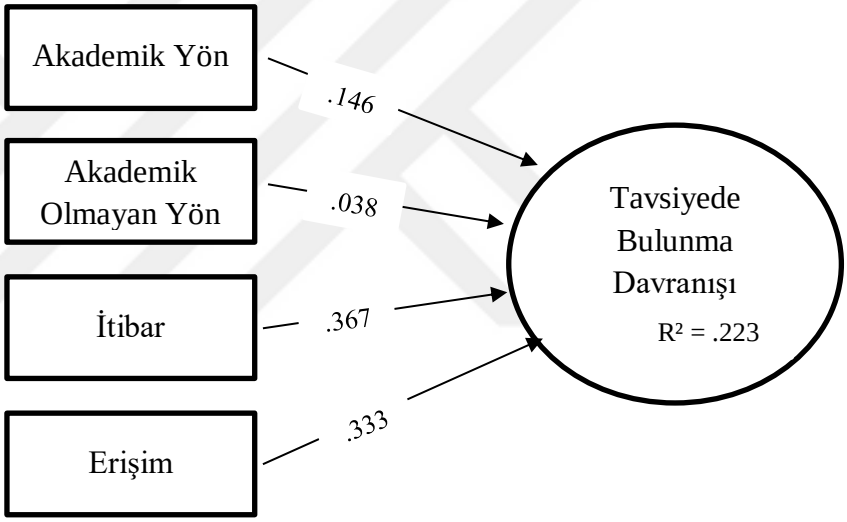
H5d: Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları tercihte bulunacaklara tavsiyede bulunmalarını yordamaktadır.

Tablo 5.20 ve Şekil 5.5 öğrencilerin algıladıkları akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim hizmet kalitesi boyutlarının tercihte bulunacaklara tavsiyede bulunma davranışlarına etkisi olarak hangi düzeyde yordadığını göstermektedir.

Tablo 5.20: HEdPERF Boyutlarının Tercihte Bulunacaklara Tavsiye Etme Davranışına Etkisi

Yordayıcı Değişken	Yordanan Değişkenler	β	t	p	Düzeltilmiş R^2
Hizmet Kalitesi	**Hizmet Özel. Yön. Duy. Düş.**				
a.Akademik Yön	Üniversiteyi Tavsiye Etme	.146	2.905	.004	.223
b.Akademik Olmayan Yön		.038	.701	.484	
c.İtibar		.367	6.653	.000	
d. Erişim		.333	6.120	.000	
F = 80.277, *p* 0.00, *R* = .475, R^2 = .225					

Şekil 5.5: HEdPERF Boyutlarının Tercihte Bulunacaklara Tavsiye Etme Davranışını Yordayıcılığı



Tablo 5.20 ve Şekil 5.5'de Standardize edilmemiş regresyon katsayıları incelendiğinde, hizmet özelliklerinden tavsiyeyi en güçlü düzeyde itibarın (β = .367) ve erişimin (β = .333), yordadığı görülmüştür. Akademik yön 1 birimlik değişme için tavsiye etme davranışı üzerinde 0.146 (β = .146) düzeyinde bir etkiye sahip iken, akademik olmayan yön ise (β = .038 ,p >0.05) etkilememektedir. Açıklanan varyans oranları incelendiğinde ise hizmet kalitesi boyutları tavsiye etme davranışındaki değişkenliğin yaklaşık olarak %22'sini (Düzeltilmiş R^2 =.223) açıklamaktadır.

H5d akademik yön, erişim ve itibar boyutlarında desteklenmiş, akademik olmayan yön davranış boyutunda desteklenmemiştir. Öğrencilerin tavsiyede bulunma

davranışını akademik yön, itibar ve erişim etkilerken, akademik olmayan yönün etkisi bulunmamaktadır.

Bütün bu değerlendirmeler ve istatistiki analizler sonucunda,

- Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. H1 desteklenmemiştir.
- Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, öğretim türüne (1. Öğretim ve 2. Öğretim) göre farklılık göstermemektedir. H2 desteklenmemiştir.
- Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesi, sınıf düzeyine (1, 2, 3, 4) göre, *–akademik yön, itibar ve erişim-* boyutu yönüyle farklılık oluşturmamakta, *-akademik olmayan yön-* boyutu ve toplam kalite algılaması yönüyle farklılık oluşturmaktadır. H3 kısmen desteklenmiştir.
- Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalite algılamaları ile bu hizmetlere yönelik duygu ve düşünceleri (genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, mezun olduktan sonra da ziyaret niyeti, başkalarına tavsiye) arasında ilişki vardır. H4 desteklenmiştir.
- Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin genel kalite algılamalarını kalite boyutlarından itibar ve erişim anlamlı düzeyde etkiler iken, akademik yön ve akademik olmayan yön boyutu ise anlamlı olarak etkilememektedir. H5a kısmen desteklenmiştir.
- Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerden memnuniyet düzeylerini kalite boyutlarından akademik yön, erişim ve itibar anlamlı olarak etkilemiş H5b desteklenmiş, akademik olmayan kalite boyutunda ise H5b desteklenmemiştir.
- Üniversite öğrencilerinin mezun olduktan sonra üniversitelerine ziyarette bulunma davranış niyetlerini akademik yön, itibar ve erişim anlamlı olarak etkilemekte iken, akademik olmayan yön etkilememektedir. H5c akademik olmayan yön boyutunda desteklenmemiş, diğer boyutlarda desteklenmiştir.
- Üniversite öğrencilerinin tercihte bulunacaklara tavsiye etme davranışlarını akademik yön, itibar ve erişim etkilerken, akademik olmayan yön etkilememektedir. H5d akademik olmayan yön boyutunda desteklenmemiş, diğer boyutlarda desteklenmiştir.

Hizmet kalitesi boyutlarından en az birisi (akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim) üniversite öğrencilerinin hizmet özelliklerine yönelik aldıkları hizmetlerin genel kalite değerlendirmelerini, memnuniyet duymalarını, mezun olduktan sonra üniversitelerine yapacakları ziyaret sayısını ve tercihte bulunacak kişilere tavsiye etme davranışlarının anlamlı bir yordayıcısıdır.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yükseköğretim kurumları her geçen gün kendilerini hizmet sektörünün içerisinde faaliyetlerini sürdüren bir işletme gibi görmektedir (Chahal ve Devi, 2013: 213). Yükseköğretimde uygulanan eğitim ve öğretim planlarında iyileştirmeler yapılarak iç ve dış paydaşlara kaliteli hizmet sunulmaya çalışılmaktadır (Cevher, 2016: 164). Kalitenin son zamanlarda bir kavram olarak hızlı bir şekilde kurum ve kuruluşlarda gelişme göstermesi, kaliteyi ölçmeye ve iyileştirmeye yönelik konulara daha fazla önem verilmesine yol açmıştır. Bu kurum ve kuruluşlardan birisi olan yükseköğretim kurumlarında öğrencilere sunulan eğitim ve öğretim hizmetlerinde öğrencilerin beklentilerinin karşılanarak kalitenin artırılmasına çalışılmaktadır. Öğrencilere sunulan hizmetlerin kaliteli olup olmadığının kontrol edilmesi ihtiyacı, eğitim kurumlarında da kalitenin ölçülmesi, sorunlarını beraberinde getirmektedir (Olgun ve Özdemir, 2013: 81).

Bu araştırmada, HEdPERF ölçeğinde -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar, program çıktıları*- olarak belirlenen boyutların Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesini ölçmede hangi boyutlardan oluştuğunu belirlemek, bu boyutların kalite algısının ölçümünün cinsiyete, program türüne (1. öğretim ve 2. öğretim) ve sınıf düzeyine (1, 2, 3, 4. sınıf) göre farklılık gösterip göstermediğini ve genel kalite algısı, memnuniyet, mezuniyetten sonra ziyaret niyeti ve tavsiyede bulunma duygu, düşünce ve davranışına etkisini ortaya çıkarabilmek amaçlanmıştır.

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesinde -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar*- olarak 4 boyut belirlenmiştir. Abdullah (2006c) Haziran-Ağustos 2003 zaman aralığında Malezya'da 6 yükseköğretim kurumunda gerçekleştirdiği araştırmasında -akademik yön, akademik olmayan yön, itibar, erişim, program konuları ve anlayış- olmak üzere 6 boyut belirlemiştir. Abdullah (2005) Malezya'da yükseköğretim sektöründe hizmet kalitesinin belirleyicilerini açıklayan HEdPERF'i deneysel olarak test ederek ideal bir ölçme aracına dönüştürmeyi amaçladığı, Ocak ve Mart 2004 arasındaki dönem için

Malezya'da altı yüksek öğrenim kurumunun (iki devlet üniversitesi, bir özel üniversite ve üç özel kolej) öğrencilerinden verileri topladığı araştırmasında ise, *anlayış* boyutu genel uyum değerlendirmesinde zayıf uyum değeri(RMSEA) nedeni ile kaldırılmıştır. Bu bulguya göre Abdullah (2005), yükseköğretim kurumlarında algılanan hizmet kalitesi boyutlarını, -akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar ve program konuları- olarak 5 boyutta belirledi. Bu araştırmada, Abdullah (2005)'ın program konuları ve anlayış olarak açıkladığı boyutlar 4 faktör olması nedeni ile yer almamıştır. Bu kapsamda anlayış boyutu analiz sonucunda erişim boyutu ile program konuları boyutu itibar boyutu ile birleşmiştir.

Yükseköğretimde HEdPERF ölçeği kullanılarak yapılan araştırmaların bazılarında kalite boyutlarının sayısı 4 (Sheeja vd., 2014; Mang'unyi ve Govender, 2014; Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016; Muhammad vd., 2018; Banahene vd., 2018); bazılarında 5 (Abdullah, 2005; Abdullah, 2006a; Abdullah, 2006b) ve bazı araştırmalarda da 6 (Abdullah, 2006c; Bektaş ve Ulutürk Akman, 2013) olarak belirlenmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarını destekleyen kalite boyutlarının 4 olduğu kalite boyutları *akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişilebilirliktir* (Sheeja vd., 2014; Mang'unyi ve Govender, Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara, 2016; Muhammad vd., 2018; Banahene vd., 2018). Kalite boyutlarının 5 olduğu araştırmalar *akademik yön, akademik olmayan yön, itibar, erişim ve program konularıdır* (Abdulah, 2005; Abdullah, 2006a; Abdullah, 2006b). Kalite boyutunun 6 olarak belirlendiği-*akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, erişim, program konuları ve anlayış*- ise Abdullah (2006c) tarafından HEdPERF ölçeğinin geliştirildiği araştırmadır. Araştırmalarda farklı kalite boyutlarının belirlenmesinin nedeni olarak, coğrafi, kültürel, sosyo-politik yaşam tarzı ve teknolojik farklılıklar gösterilmektedir. Bu durum aynı zamanda ölçeğin evrensel bir şekilde uygulanmasını ve genelleştirilmesini de sorgulanabilir bir hale getirmekte (Randheer, 2015: 38) ise de yükseköğretim kurumları, bu kalite boyutlarına yönelik geliştirebilecekleri strateji ve politikaları sonucunda kaliteli hizmet sunarak kaynakların etkin ve verimli kullanılmasına katkı sağlayabilecektir.

Araştırmada yükseköğretim kurumlarında hizmet kalitesi boyutlarının -*akademik yön, akademik olmayan yön, erişim, itibar*- olarak belirlenmesi ile birlikte, hangi kalite boyutunun öğrenciler tarafından daha kaliteli olarak değerlendirildiği sorusu oluşmuştur. Öğrencilerin Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesinde algıladıkları

hizmet kalitesi boyutlarından akademik yön toplam varyansın yaklaşık %14,764'ünü, akademik olmayan yön toplam varyansın %14,449'unu, itibar toplam varyansın %11,802'sini, erişim toplam varyansın %10,213'ünü açıklamaktadır. Bu sonuçlara göre kalite sıralaması akademik yön ve akademik olmayan yönlere ilişkin 1. sırada, itibar 2. sırada, erişim boyutu ise 3. sırada belirlenmiştir.

Bu kapsamda Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencileri akademisyenlerin sorumluluğunda olan hizmet özelliklerini ortalama sonuçlara göre diğer boyutlardan daha kaliteli değerlendirmişlerdir. Bu sonucu destekleyen akademik boyutun en kaliteli olarak değerlendirildiği çalışmalar bulunmaktadır (Ali vd., 2020; Ali vd., 2016; Khalid vd., 2019; Muhammad vd., 2018). Purwanto vd. (2020)'nin çalışmasında ise bu sonuç desteklenmemiş, *akademik boyutun* en önce iyileştirilmesi gereken bir kalite boyutu olduğu belirlenmiştir. Bu farklı sonuçlar yine hizmetlerin heterojen olduğu teorisini desteklemektedir. Akademik personeller öğrencilerin kişisel gelişimlerinde, kariyer planlamalarında, mezun olduktan sonra istihdam edilebilmelerinde, danışmanlık hizmeti gibi hizmetleri sunmaları gibi birçok görevi üstlenmeleri nedeniyle önemli bir konuma sahiptir. Aile ya da dış paydaşların beklentileri de öğrencilerin zihninde akademisyenleri önemli bir konuma getirmekte ve öğrencilerin elde edecekleri kazanımlarda akademisyenler önemli görevleri üstlenmektedir. Üniversite yönetimleri öğrencilerin memnuniyetini doğrudan etkileyen akademik yön ile ilgili stratejileri geliştirebilir (Ali vd. 2020: 74).

Araştırmada Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencileri idari hizmet kalitesini açıklayan akademik olmayan yön boyutunun kalitesini fikrim yok düzeyinde değerlendirseler de sıralamada diğer iki boyut olan itibar ve erişim boyutuna göre daha olumludur. Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), Sri Lanka'da bir devlet üniversitesinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında, akademik olmayan yön boyutun öğrencilerin hizmet kalitesi algılarına önemli katkılar sunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ali vd. (2016) Malezya'da öğrencilerin yükseköğretim kalitesi algılarında akademik olmayan yön boyutunu olumlu değerlendirmişlerdir. Purwanto vd. (2020), Endonezya'da bir devlet üniversitesinde öğrencilerin beklentilerinin akademik olmayan yön boyutunda aşıldığını belirlemişlerdir. Bu sonuçları Raza vd. (2020), Pakistan'ın Pencap bölgesinde 29 devlet üniversitesinde öğrenim gören farklı kültür yapısına sahip 60 lisansüstü öğrencisi ile gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre

akademik olmayan hizmetlerde görevli kişilerin zamanı verimli kullanabilecek şekilde eğitilmemekte olduğunu açıklamaktadır. Bu sonuçlar dikkate alındığında, yükseköğretim kurumları, akademik olmayan boyutun öğrencilerin hizmet kalitesi algılarını etkilemesi nedeniyle akademik olmayan personelin hizmetleri öğrenci odaklı bir şekilde sunma zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Özellikle ilk kayıt dönemlerinde öğrencilerle yüz yüze telefonla ya da sanal ortamlarda iletişim kurulabilmektedir. Hassas dönemlerde akademik olmayan personelin yeterli bilgi ve birikime sahip iyi iletişim kurabilen personeller içerisinden istihdam edilmesi önem arz etmektedir. Çünkü, akademik olmayan personel yalnızca akademik olmayan hizmetlerde değil, aynı zamanda öğrencilerin akademik başarılarında da önemli bir konuma sahiptir. Bu konumlarını öğrencilere destek hizmetlerini sunarak sürdürmektedir. Ancak, ülkemizde Kamu Personel Seçme Sınavı (KPSS) aracılığıyla üniversitelere memurların ataması yapıldığından üniversite yönetimleri personel istihdam etme hakkına sahip değildir. Bu yüzden göreve yeni başlayan ya da görevlerini sürdüren personelin belirli dönemlerde özellikle öğrenci odaklı bir anlayış doğrultusunda ihtiyaç duyulan alanlarda eğitilmeleri düşünülebilir. Bu şekilde üniversitelerde akademik olmayan personeller, çalışmalarına katma değer katarak öğrencileri memnun edecek hizmetler sunabilirler. Bu durum, öğrenci bağlılığının artmasına ve okulu bırakma sorunlarının azalmasına katkı sunabilir.

Araştırmada Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencileri, yaklaşılabilirlik, iletişim kolaylığı, kullanılabilirlik, ulaşılabilirlik ve rahatlık gibi kriterleri içeren erişim boyutunun hizmet kalitesini fikrim yok düzeyinde açıklamışlardır. Abdullah (2005)'ın araştırmasında erişim boyutu birinci sıradadır. Erişim boyutunun kötü algılanması, üniversitelerin sunmuş olduğu hizmetlerin memnuniyet düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu yüzden öğrencilerin üniversitelerindeki personellere daha düzenli ve iyi bir şekilde erişimlerini sağlayabilmek için telefonla, yüz yüze, e-posta gibi birden fazla iletişim kanallarının etkin kullanılması önerilmektedir (Ali vd., 2016). Chanaka Ushantha ve Samantha Kumara (2016), Yükseköğretim kurumlarında yeni teknolojik kaynakların öğrencilerin hizmetine sunulması gerektiğini ve erişim boyutuyla ilgili alanlarda hizmetlerin kaliteli sunulmasının üniversitelerin rekabet avantajı sağlayabilmesini kolaylaştırabileceğini ileri sürmüşlerdir. Dužević vd. (2015) yükseköğretim kurumu yöneticilerinin erişim boyutuna öncelik vermesi, yeni

öğrencileri üniversitelerine çekerek mevcut öğrencileri elde tutabilecek pazarlama stratejilerinin uygulaması gerektiğini önermektedir (Dužević vd. 2015: 49-50).

Araştırmada Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencileri, yükseköğretim kurumlarının profesyonel bir imajı yansıtmalarını açıklayan itibar boyutunu yine fikrim yok düzeyinde değerlendirmişlerdir. İtibar boyutu, akademik olmayan yön, erişim boyutlarına çok yakın olarak $\overline{X}$ =3 ortalama civarında fikrim yok düzeyinde olsa da açıklanan varyans değerlerine göre erişimden önce gelmektedir. Ali vd. (2016) çalışmasında itibar boyutu en son sıradadır. Uluslararası öğrencileri bilgilendirecek pazarlama faaliyetleri ve tanıtım programlarının düzenlenerek öğrencilerin üniversitelere çekilerek olumlu itibarlarının artırılabileceği vurgulanmıştır. Purwanto vd. (2020), üniversitenin itibarının artırılmasında, sınıflar, okuma odaları, laboratuvar gibi akademik hizmete sunulan tesislerin, parkların, büyük otoparkların, öğrencilerin eğlence tesisi olarak faydalanacağı yerlerin, iyi akredite olmuş bölümlerin, iyi eğitime sahip deneyimli öğretim görevlileri ve mezunların istihdam oranları gibi faktörlerin etkili olabileceğini açıklamıştır.

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algıları cinsiyete göre değişkenlik göstermemektedir. Buna göre, üniversite öğrencilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algılarını oluşturan -*akademik yön, akademik olmayan yön, itibar, erişim*- boyutları ve toplam kalite boyutları algılamaları açısından kız ve erkek öğrenciler arasında farklılık bulunmamaktadır. Literatürde, üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmeti algılamalarının cinsiyet değişkenine göre farklılığını araştıran benzer araştırmaların olduğu görülmektedir (Ataman ve Adıgüzel, 2019; Karakaya, Kılıç ve Uçar, 2016; Topsakal ve İplik, 2013). Topsakal ve İplik (2013) araştırmasında üniversite öğrencilerinin hizmet kalitesi algıları cinsiyet değişkenine göre kız öğrencilerde daha yüksek düzeyde olması sonucunda farklılaşmıştır. Ataman ve Adıgüzel (2019) Düzce Üniversitesi lisans programlarında öğrenim görmekte olan öğrencilerin hizmet kalitesi algılarını incelemişler; araştırma sonucunda, cinsiyet değişkeni bakımından öğrencilerin hizmet kalitesi algılarının yine kız öğrenciler için daha yüksek düzeyde olduğu sonucu elde edilmiştir. Karakaya vd. (2016), Çankırı Karatekin Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin öğretim kalitesini algılamaları açısından cinsiyet

değişkenine göre kız öğrenciler için daha yüksek olduğunu bulgulamıştır. Bu açıdan, yapılan hali hazırdaki araştırma literatürdeki çalışmalarla benzerlik göstermemektedir. Bu araştırmanın sonuçları, diğer araştırmaların aksine, üniversiteye bağlı tüm birimlerde öğrenim görmekte olan öğrencileri kapsamaktadır ve öğrenciler Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin sunduğu hizmet kalitesini cinsiyet açısından eşit algılamaktadır. Bu sonuç, aynı zamanda, üniversitenin sunduğu hizmet kalitesi hem erkek hem de kız öğrencilere aynı düzeyde hitap etmektedir biçiminde de yorumlanabilir.

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algıları, öğretim türü (1. öğretim ve 2. öğretim) değişkeni bakımından karşılaştırılmış; hizmet kalitesi algıları -akademik yön, akademik olmayan yön, itibar, erişim- açısından ve toplam kalite boyutu algılamaları açısından farklılaşmamıştır. Elde edilen bulgu, üniversite öğrencilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algılarının öğretim türü değişkeni bakımından farklılaşmadığını; bir diğer ifadeyle, hem 1. öğretim hem de 2. öğretim öğrencilerinin üniversite hizmet kalitesini aynı şekilde algıladıklarını ortaya koymaktadır. Literatürde Ataman ve Adıgüzel (2019); Yavuz ve Akman (2018) benzer sonuçlara ulaşmıştır. Bu sonuç, öğrencilerin üniversitenin sunduğu hizmet kalitesi algısının öğretim türü açısından eşit algılandığını göstermekte olup, üniversitenin sunduğu hizmet kalitesi hem 1. öğretim hem de 2. öğretim öğrencilerine eşit hitap etmektedir. Bu sonuç, 2. öğretimde hizmetin verildiği saat dikkate alındığında kalitenin daha düşük olduğu genel öngörüsünü doğrulamamıştır.

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algıları, sınıf düzeyine (1,2,3,4. sınıf) –*akademik yön, itibar ve erişim*- boyutu yönüyle farklılık oluşturmamakta, -*akademik olmayan yön*- boyutu ve *toplam kalite boyutu algılamaları* yönüyle farklılık oluşturmaktadır. Bu sonuçlar toplam kalite boyutu algılamalarında farklılığın 2. sınıf öğrencileri ile 1 ve 3. sınıf öğrencileri arasında 2. sınıftaki öğrenciler için daha yüksek düzeyde, akademik olmayan yön de ise 2. sınıftaki öğrencilerle 1, 3. ve 4. sınıftaki öğrenciler arasında yine 2. sınıfta öğrenim gören öğrenciler için daha yüksek algılandığını gösterse de, farklılığın düzeyi azdır.

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin algıladıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algıları olan *akademik yön, akademik olmayan yön, itibar ve erişim kalite boyutları* ile *genel hizmet kalitesi algısı, memnuniyet, mezuniyetten sonra üniversiteyi ziyaret etme davranış niyeti ve tercihde bulunacaklara üniversiteyi, tavsiye etme* düşünceleri arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Hem akademik hem de akademik olmayan personelin ulaşılabilirliği ve iletişim kolaylığı gibi unsurları ifade eden özelliklerden oluşan erişim boyutunun ilişki düzeyinin diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin genel kalite algılarını erişim ve itibar boyutları etkilemekte, akademik yön ve akademik olmayan yön boyutları etkilememektedir. Açıklanan varyans oranları incelendiğinde; hizmet kalitesi boyutlarının algılanan kalitedeki değişkenliğin yaklaşık olarak %32'sini açıkladığı ve erişim kalite boyutunun β = .328 düzeyinde diğer boyutlara göre daha fazla etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir. Genel kalite algıları üzerinde itibar ve erişim özellikleri etkili iken, akademik ve akademik olmayan hizmet özellikleri etkili değildir.

Hizmet kalitesi boyutları genel memnuniyetteki değişkenliğin yaklaşık %31'ini açıklamaktadır. Genel memnuniyeti akademik yön, erişim ve itibar boyutları anlamlı olarak etkilerken, akademik olmayan yön boyutunun anlamlı etkisi olmadığı sonucu elde edilmiştir. *Erişim* β = .322 düzeyinde memnuniyeti diğer boyutlara göre daha fazla etkilemektedir. Üniversiteler öğrencilerin memnuniyet düzeylerini artırmada erişim, itibar ve akademik yön özelliklerini geliştirici stratejilere önem vermelidir. Literatürde bu sonucu destekleyen ve desteklemeyen araştırma sonuçları bulunmakta olup, örneklem farklılığı nedeni ile farklı sonuçların elde edildiği ve hizmetlerin heterojen olma özelliğinin bu sonuçlara neden olduğu düşünülmektedir. Ali vd.(2020), Malezya'daki bir devlet üniversitesinde HEdPERF ölçeğini kullanarak -akademik yön, akademik olmayan yön ve üniversite itibarı- ile öğrencilerin memnun edilmesi arasındaki ilişkiyi araştırdığı araştırma sonucunda; akademik yön, akademik olmayan yön ve itibar boyutuyla öğrenci memnuniyeti arasında pozitif yönde bir ilişkinin ortaya çıktığını belirlemiştir. Mang'unyi ve Govender (2014), Kenya'daki özel üniversitelerde HEdPERF ölçeğine dayanan araştırmalarında; öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi boyutlarını akademik, akademik olmayan, itibar, erişim şeklinde dört boyutta açıkladıkları araştırmalarında, bu dört boyutun müşteri memnuniyetini etkilediği

sonucunu elde etmiştir. Banahene vd. (2018), Gana'nın Ashanti bölgesinde altı özel yükseköğretimde sunulan hizmetlerin kalitesine yönelik düşüncelerini öğrenmek amacıyla HEdPERF ölçeği temelli araştırmalarının sonucunda; akademik olmayan yön boyutu ile öğrenci memnuniyeti arasında negatif yönde bir ilişki vardır.

Araştırmada hizmet kalitesi boyutlarının *mezuniyetten sonra üniversiteyi ziyaret etme davranış niyetinin* %17'sini açıkladığı ve bu boyutlar içerisinde erişimin etkisinin β = .264 diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İtibar boyutu β = .211 düzeyinde, akademik yön β = .160 düzeyinde etkili iken, akademik olmayan yönün etkisi belirlenmemiştir (β = .005).

Üniversite hizmet kalitesi boyutları üniversiteyi tercihte bulunacaklara tavsiye etme düşüncesinin %23'ünü açıklamakta ve en güçlü düzeyde *itibar* boyutunun (β = .367) etkisi olduğu belirlenmiştir. Tercihte bulunacaklara tavsiye etme düşüncesinde itibar boyutu daha etkili iken bu boyutu sırasıyla β = .333 ile erişim, β = .146 ile akademik yön boyutu izlemektedir. Akademik olmayan yön boyutunun tavsiyede bulunma düşüncesinde herhangi bir anlamlı etkisi yoktur. Bu bulgu öğrencilerin daha fazla marka imajı oluşmuş üniversitelere öncelik verdiğini doğrulamaktadır.

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler bölümlerini tercih sebeplerine ilişkin sonuçlar değerlendirildiğinde; "*üniversitede giriş sınavından alınan puanın*" en önemli faktör olduğu belirlenmiştir. *Mesleki ilgi ve birisinin yönlendirmesi faktörleri* ise sırasıyla tercih sebebini etkileyen ikinci ve üçüncü en önemli faktör olarak bulunmuştur. Öğrenciler *kaliteli eğitim, bölüm imajı, iş olanağı, burs ve yurt faktörlerini* ise bölüm tercih ederken çok fazla gözönünde bulundurmamıştır.

Uygulayıcılara Öneriler

Araştırmanın gerçekleştirildiği tarih ile sınırlı olmakla birlikte Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencileri akademik personelle ilgili hizmetlerin kalite düzeyini fikrim yok ile katılıyorum arasında, akademik olmayan idari personelle ilgili hizmetleri, iletişim kolaylığı, ulaşılabilirlik kolaylık vb. imkanları içeren erişim boyutunu, üniversitenin olumlu imajını ölçen itibar boyutunu ise fikrim yok düzeyinde

değerlendirmişlerdir. Bu sonuçlara göre, akademik personelle ilgili özellikler kaliteli olarak değerlendirilse de kalite düzeyinin daha yükseltilmesi ve sürekli geliştirilmesine yönelik planlamalar ve uygulamalar teşvik edilmelidir. Fikrim yok olarak değerlendirilen akademik olmayan yön boyutunun kaliteli değerlendirilmesi için idari personele yönelik eğitim programları düzenlenmeli, erişim boyutu için teknolojik ve fiziksel imkanlara erişim kolaylığı politikaları gözden geçirilmeli, itibar boyutu için halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri geleneksel ve sosyal medyalarda yaygınlaştırılmalıdır. Üniversitelere daha düzenli ve iyi bir şekilde erişimlerini sağlayabilmeleri için telefonla, yüz yüze, e-posta, sosyal medya gibi birden fazla iletişim kanallarını etkin kullanması önerilmektedir.

Türkiye'de yeni Üniversitelerin açılması ve Vakıf Üniversitesi olarak faaliyet gösteren Üniversitelerin göreli ağırlığının her geçen gün artması nedeniyle; Yükseköğretim kurumları da diğer işletmeler gibi her geçen gün rekabetçi bir pazarda hizmetlerini sunmaktadır. Rekabetçi pazarlarda faaliyet gösteren işletmelerin, kaliteli hizmet sunma gerekliliklerinin farkına varma bilinci, yükseköğretim kurumlarında ülke ekonomisinin lokomotifi olacak bilim üretilmesi nedeniyle, daha da önemli olmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının müşterisinin öğrenciler olması ve bu öğrencilerin Üniversiteyi tercih etmelerinde en önemli neden olarak, YKS sınavından almış oldukları puanı göstermeleri, mesleki ilgi, kaliteli eğitim veya bölüm imajının tercih nedenlerinde göreli ağırlığının daha az görülmesi, Üniversitenin öğrenci algılamalarında, mesleki ilgi, kaliteli eğitim ve bölüm imajı algılamalarını iyileştirmeye yönelik politika ve stratejiler geliştirmelerini gerektirmektedir. Çünkü, istihdamda mesleki ilgi ülke ekonomisinde verimliliği, kaliteli eğitim ve bölüm imajı ise yüksek puanlı öğrencilerin de tercihte bulunmasına katkı sağlayabilecektir. Kaliteli eğitim algısını etkileyebilecek boyutlar olarak belirlenen; akademik yönler, akademik olmayan yönler, itibar, erişim, üniversitelerin kalite koordinatörlüğünce yönetilmesi gereken alanlar olarak tavsiye edilmektedir. Bu alanların, öğrencilerin öğrenim gördükleri Üniversiteyi başkalarına tavsiye etme kararlarında etkisi olduğu bulgusu, kontenjanların doluluk yüzdesini olumlu etkileyebilecek, mezun olunduktan sonra ziyaret sayısını etkilemesi nedeni ile de aidiyet duygusunu etkileyebilecektir. Yükseköğretim sektöründe rekabet avantajının sağlanabilmesinde kalite boyutlarının önceliklendirilerek kaynakların verimli kullanılması tavsiye edilmektedir.

Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Türkiye'de Üniversiteli olma heyecanı taşıyan öğrenci sayısının kontenjan sayısından fazla olması, üniversitelerin kontenjanlarının doluluk oranlarında problem yaşanıyor olmasına rağmen kalitenin üniversitede öğrenim gören öğrencilerin algılanan hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin olması nedenleriyle, lise mezunu olup üniversite tercihinde bulunacak öğrencilerin de hizmet kalitesi algılarını ölçmeye ilişkin araştırmalar, program kontenjanlarının boş kalmaması ve kaynak verimliliğine katkı sağlayabilecektir.

Bu araştırmada algılanan hizmet kalitesi boyutlarının memnuniyet, mezun olduktan sonra ziyaret niyeti ve başkalarına tavsiye etme değişkenlerine etkisi araştırılmıştır. Bu değişkenler arasındaki ilişkiler, farklı örneklemlerde farklı hipotezlerle test edilebilir. Vakıf Üniversitelerinde gerçekleştirilen araştırma sonuçları ile bu araştırmanın sonuçları karşılaştırılabilir. Ayrıca hizmet verilen öğrencilerin kalitesinin de yükseköğretim kurumlarının genel kalitesini ne şekilde etkilediği bundan sonraki çalışmaların konusunu oluşturabilir.

Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırmanın sonuçları Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerle ve yükseköğretim kurumlarının dinamik yapılar olduğu gözönünde bulundurulduğunda, araştırmanın gerçekleştirildiği tarih aralığı olan 2018-2019 Eğitim-Öğretim yılı Bahar yarıyılında öğrenim gören öğrencilerin değerlendirmeleri ile sınırlıdır.

KAYNAKÇA

Abdullah, F. (2005) "HEdPERF versus SERVPERF: The quest for ideal measuring instrument of service quality in higher education sector", Quality Assurance in Education, Vol. 13 Issue: 4, pp.305-328.

Abdullah, F. (2006a). Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. Marketing Intelligence & Planning, 24(1), 31–47.

Abdullah, F. (2006b) Measuring service quality in higher education: three instruments compared, *International Journal of Research & Method in Education,* 29:1, 71-89.

Abdullah, F. (2006c). The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector. *International journal of consumer studies,* 30(6), 569-581.

Abili, K., Thani, F. N., & Afarinandehbin, M. (2012). Measuring university service quality by means of SERVQUAL method. *Asian Journal on Quality.*

Açan, B., & Saydan, R. (2009). Öğretim Elemanlarının Akademik Kalite Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Kafkas Üniversitesi İİBF Örneği/The Evaluation of Academic Quality Expectation of the University Teachers: The Case of Kafkas University Faculty of Economics and Administrative Scie. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 13(2).

Akın, M. (2019). *Sanal hizmetlerde hizmet kalitesi ve bankacılık sektöründe bir araştırma*. Bursa.

Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty?: A study of international students in malaysian public universities. *Quality Assurance in Education,* 24(1), 70-94.

Ali, S. R. O., Shariff, N. A. M., Said, N. S. M., & Mat, K. A. (2020). The Effects of Service Quality Dimensions on Students' Satisfaction: Hedperf Model Adoption. *Jurnal Intelek,* 15(1), 69-76.

Altan, Ş., & Ediz, A. (2016). Türkiye'de Yüksek Hizli Tren(Yht) İçin Hizmet Kalitesinin Ölçümü. *Gazi Üniversitesi.*

Angell, R.J., Heffernan, T.W. and Megicks, P. (2008), "Service quality in postgraduate education", *Quality Assurance in Education,* Vol. 16 No. 3, pp. 236-254.

Antalyalı, Ö. L. (2011). Türkiye Üniversitelerinin Örgütsel Etkililik Boyutları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 16(3).

Anttila, J., & Jussila, K. (2017). Understanding quality–conceptualization of the fundamental concepts of quality. *International Journal of Quality and Service Sciences,*Vol. 9 Issue: 3/4, pp.251-268.

Arap, K. S. (2014). *Türkiye Yeni Üniversitelerine Kavuşurken: Türkiye'de Yeni Üniversiteler Ve Kuruluş Gerekçeleri.* Ankara Üniversitesi.

Arrieta, M. D. C., & Avolio, B. (2020). Factors of Higher Education Quality Service: The Case of a Peruvian University. Quality Assurance in Education: *An International Perspective,* 28(4), 219-238.

Ataman, O , Adıgüzel, A . (2019). Yükseköğretimde Kalite Algısı: Düzce Üniversitesi Örneği. *Electronic Journal of Education Sciences* , 8 (15) , 39-56.

Atanur Baskan, G. G., & Sincer, S. s. (2014). Yeni YÖK Yasa Tasarısı Çalışmaları Bağlamında Türkiye'deki Yükseköğretim Sisteminin Değerlendirilmesi. *(Turkish). Journal Of Higher Education & Science / Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi,* 4(2), 67-72.

Bakioğlu, A., & Beyza Bayrak Gürbüzer. (2015). *Kanada yükseköğretiminde kalite* ; Beyza Bayrak Gürbüzer. Nobel Yayınları.

Balkul, H. İ., & Ersoy, H. (2018). Çeviri Eğitiminde Kalite. *Dil Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi,* 4(3), 201-215.

Banahene, S., Kraa, J. J., & Kasu, P. A. (2018). Impact of HEdPERF on Students' Satisfaction and Academic Performance in Ghanaian Universities; Mediating Role of Attitude towards Learning.

Başak, G. Ö. K., & Gökçen, H. (2016). Uzaktan Eğitim Hizmet Kalite Ölçeği (Ue-Servqual) Geliştirme: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi,* 1(3), 51-60.

Başar, E. (2014). Türk Yükseköğretim Sisteminin Dünü, Bugünü, Yarını (Üniversitelerin İleriye Dönük Gelişmeleri Üzerine Görüş Ve Öneriler). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 10(1),* 23-57.

Başol, G. (2019), Araştırmacılar İçin İstatistik (1. Baskı). Ankara: *Pegem Akademi.*

Bektaş, H. & Akman, S. U. (2013). Yükseköğretimde hizmet kalitesi ölçeği: güvenilirlik ve geçerlilik analizi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi,* (18), 116-133.

Bengisu, M. (2007). Yüksek Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi. *Journal of Yaşar University,* 2(7), 739-749.

Biçer, D. F & Gülmez, M. (2016). Toplam Kalite Yönetimi Çerçevesinde Hizmet Pazarlaması Ve Havayolu Firmalarında Bir Araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 40(1), 325-350.

Brochado, A. (2009) "Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education", *Quality Assurance in Education,* Vol. 17 Issue: 2, pp.174-190.

Buttle, F. (1996), "SERVQUAL: review, critique, research agenda", *European Journal of Marketing,* Vol. 30 No. 1, pp. 8-32.

Calvo-Porral Cristina, Lévy-Mangin Jean-Pierre & Novo-Corti Isabel. (2013). Perceived quality in higher education: an empirical study. *Marketing Intelligence & Planning,* 31(6), 601–619.

Campos, D. F., dos Santos, G. S., & Castro, F. N. (2017). Variations in student perceptions of service quality of higher education institutions in Brazil. *Quality Assurance in Education.*

Can, P. & Sezgin, M. (2016). Merkez Kütüphane Algılanan Hizmet Kalitesinin Uşak Üniversitesi Marka Farkındalığı Üzerindeki Rolüne İlişkin Bir Araştırma. Optimum: *Journal Of Economics & Management Sciences / Ekonomi Ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* 3(2), 51-65.

Caner, E., & Külcü, Ö. (2016). Üniversite Kütüphanelerinde Hizmet Değerlendirme Modelleri: Grönroos Modeli Örneği. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar* Dergisi, 2(1), 23-30.

Celep, C. (2015). Yükseköğretimin yönetimi / Cevat Celep , Tijen Tülübaş. Ankara : *Nobel Akademik Yayıncılık.*

Cengiz, E., & Kırkbir, F. (2007). Kâr Amacı Gütmeyen Kurumlarda Müşteri Memnuniyeti Ve Hizmet Kalitesi İlişkisi: Karadeniz Bölgesi Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 21(1), 263-285.

Cevher, E. (2016). Hizmet Kalitesi Açısından Üniversitelere Yönelik Şikayetlerin Incelenmesi. *Yasar University.*

Chahal, H. & Pinkey Devi, (2013) "Identifying satisfied/dissatisfied service encounters in higher education", *Quality Assurance in Education,* Vol. 21 Issue: 2, pp.211-222.

Chanaka Ushantha, R. A. & Samantha Kumara, P. A. P. (2016). A quest for service quality in higher education: Empirical evidence from Sri Lanka. *Services Marketing Quarterly,* 37(2), 98-108.

Choudhury, K. (2015). Evaluating customer-perceived service quality in business management education in India. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.

Clemes, M. D., Cohen, D. A., & Wang, Y. (2013). Understanding chinese university students' experiences: An empirical analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics,* 25(3), 391-427.

Creswell, J. W. (2012). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed.). New York: Pearson.

Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing,* 56(3), 55-68.

Çağlar, İ. & Kılıç, İ. (2011). Kalite güvence standartları. Ankara : *Nobel Yayınları, 2011.*

Çelik, A. (2006). *Kalite yönetim sistemi ve CE işareti uygulamaları*. Ankara : *Gazi Kitabevi,* 2006.

Çerri, S. (2012). Assessing the Quality of Higher Education Services Using a Modified Servqual Scale. *Annales Universitatis Apulensis - Series Oeconomica,* 14(2), 664.

Çetin, S. & Kuzucu, H. (2019). Servqual Ölçeği İle Yaşlı Bakimevlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü. Selçuk Üniversitesi Mühendislik, *Bilim ve Teknoloji Dergisi, 7(2), 509-523.*

Çetin, H. & Taş, S. (2012). Akdeniz Bölgesi Yükseköğretim Kurumları Stratejik Planlarının DPT Modeline Göre Kıyaslanması. *Akdeniz Üniversitesi.*

Çınardal, F. C., Çınardal, L. L. & Çatak, B. b. (2015). Mesleki Müzik Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin Eleştirel Düşünme Eğilimleri. (Turkish). *Bartin University Journal Of Faculty Of Education,* 4(2), 452-465.

Çırpın, K., B. & Kurt, D. (2016). Measuring The Service Quality In Airline Companies. *İstanbul Üniversitesi.*

Çiçek, E., (2020). Hizmet kalitesi ve vatandaş memnuniyeti: Belediye hizmetleri üzerine bir değerlendirme. *Konya.*

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik.* Ankara: Pegem Akademi.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2021). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: Spss ve Lisrel uygulamaları (6. Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.

Danilo, S., Moraes, G.H.S.M.d., Makiya, I.K & Cesar, F.I.G. (2017), "Measurement of perceived service quality in higher education institutions: A review of HEdPERF scale use", *Quality Assurance in Education,* Vol. 25 No. 4, pp. 415-439.

Danjuma, I., Faiza Abubakar Bawuro, Mary Augustine Vassumu, & Sharif Ahmed Habıbu. (2018). The Service Quality Scale Debate: A Tri-Instrument Perspective for Higher Education Institutions. *Expert Journal of Business and Management,* (2), 127.

De Jager, J., & Gbadamosi, G. (2010). Specific remedy for specific problem: measuring service quality in South African higher education. *Higher education,* 60(3), 251-267.

Digbohou, T. G. (2019). From expectations to reality: Examining international students' perception of support services at the university of pittsburgh. (Order No. 27667782, University of Pittsburgh). *ProQuest Dissertations and Theses, ,* 106.

Dlačić, J., Arslanagić, M., Kadić-Maglajlić, S., Marković, S. & Raspor, S. (2014). Exploring perceived service quality, perceived value, and repurchase intention in higher education using structural equation modelling. *Total Quality Management & Business Excellence,* 25(1-2), 141-157.

Đonlagić, S. & Fazlić, S. (2015). Quality Assessment in Higher Education Using the Servqual Model. *Management: Journal of Contemporary Management Issues,* 20(1), 39–57.

Douglas, J., McClelland, R., & Davies, J. (2008). The development of a conceptual model of student satisfaction with their experience in higher education. *Quality assurance in education*, 16(1), 19-35.

Dursun, T., Oskaybaş, K. & Gökmen, C. (2014). Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Memnuniyetinin Şube-İnternet Bankacılığında Karşılaştırılması. *Journal Of Marmara University Social Sciences Institute / Öneri*, 11(41), 95-114.

Duyan, V., & Gelbal, S. (2008). Sosyal Sorun Çözme Envanteri'nin Türkçeye Uyarlama Çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 19(1), 7-28.

Dužević, I., Čeh Časni, A. & Lazibat, T. (2015). Students' perception of the higher education service quality. *Croatian Journal of Education*, 17(4), 37.

Efil, İ. (2016). *Toplam kalite yönetimi*. Dora Yayınları. Bursa.

Elassy, N. (2015) "The concepts of quality, quality assurance and quality enhancement", *Quality Assurance in Education*, Vol. 23 Issue: 3, pp.250-261.

Ene, S. & Tatar, A. (2012). Eğitim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Bir Özel İlköğretim Okulunda Uygulama-Servıce Qualıty Measurıng In Educatıon Instıtutes And An Applıcatıon A Prıvate Educatıon Instıtute. *Marmara Üniversitesi.*

Eroğlu, E. (2004). *Yükseköğretimde hizmet kalitesi.* Ankara : Nobel Yayın Dağıtım, 2004.

Fraenkel, J. R. and Wallen, N. E. (2009). *How to design and evaluate research in education* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.

Galeeva, R. B. (2016) "SERVQUAL application and adaptation for educational service quality assessments in Russian higher education", *Quality Assurance in Education*, Vol. 24 Issue: 3, pp.329-348.

Gallifa, J. & Batallé, P. (2010). Student perceptions of service quality in a multi-campus higher education system in spain. *Quality Assurance in Education*, 18(2), 156-170.

Ganguli, S. & Sanjit Kumar Roy, (2010) "Service quality dimensions of hybrid services", Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 20 Issue: 5,pp.404-424.

Gelibolu, L & Kerse, Y . (2018). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Müşteri Vatandaşlık Davranışına Etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi ,* 19 (1) , 361-380.

Gezgin, S. (2012). Kurumsal İletişimde Medya Araçları ve Kalite. Dündar, İ. Pelin (Ed.). Kalite Üzerine. *Nobel Akademik Yayıncılık No 491:* Ankara. ss.1-14 (Editör).

Gökbel, H., Güleş, H. K., Akgemci, T. & Kuzu, Ö. H. (2012). Yükseköğretimde Dönüşen Değerler Bağlamında Stratejik Yönetim Bakış Açısı Geliştirilmesi: Selçuk Üniversitesi Stratejik Yol Haritası Belirleme Örneği Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Yükseköğretim Dergisi,* 2(3), 167-178.

Grönroos Christian (1984), “A Service Quality Model and its Marketing Implications”, *European Journal of Marketing,* Vol.18, No.4, pp.36-44.

Gruber, T., Fuß, S., Voss, R. & Gläser-Zikuda, M. (2010). Examining student satisfaction with higher education services: Using a new measurement tool. *International Journal of Public Sector Management,* 23(2), 105-123.

Guesalaga, R. & Pitta, D. (2014) "The importance and formalization of service quality dimensions: a comparison of Chile and the USA", *Journal of Consumer Marketing,* Vol. 31 Issue: 2, pp.145-151.

Gunn, A. (2015) "The Role of Political and Policy Studies in Higher Education Policy Research" In Theory and Method in Higher Education Research. *Published online:* 29 Sep 2015; 27-47.

Gündüz, Y., & Balyer, A. (2013). Yükseköğretim Örgütlerinde Değişim Ve Yenileşmeye İlişkin Akademik Algılamalar. *Electronic Journal Of Social Sciences*, 12(43), 47-66.

Gürbüz, E. (2005). Devlet Ve Özel İlköğretim Okullarında Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılmasına İlişkin Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi.*

Gürbüz, E & Ergülen, A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi,* (35), 173-190.

Gürbüz, E., & Ergülen, A. (2008). *Yükseköğretim Kurumlarında hizmet kalitesi ölçü ve modelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Haywood-Farmer, J. (1988), "A Conceptual Model of Service Quality", *International Journal of Operations & Production Management,* Vol. 8 No. 6, pp. 19-29.

Hız, G. (2010). 1980 Sonrasında Türkiye’de Yükseköğretimde Piyasalaştırma Ve Özelleştirmedeki Gelişmeler. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi,* (25), 55-80.

Hill, F. M. (1995). Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. *Quality assurance in education,* 3(3), 10-21.

Howell, D. C. (2006). Statistical methods for psychology (7th ed.). Pacific Grove, CA: Cengage/Wadsworth.

Hoyle, R.H. (1995). S*tructural Equation Modeling: Concepts, Issues and Applications,* Sage Publication Inc. London.

Işıktaş, S., & Hiperlink (Firm). (2017). *Eğitimde toplam kalite yönetimi uygulamaları:* Vol. Birinci basım. İstanbul.

Jain, R., Gautam Sinha & Sangeeta Sahney, (2011) "Conceptualizing service quality in higher education", *Asian Journal on Quality,* Vol. 12 Issue: 3, pp.296-314.

Joseph, M., & Joseph, B. (1997). Service quality in education: a student perspective. *Quality assurance in education.*

Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language. *Scientific Software International.*

Kalaycı, N. k. (2009). Yükseköğretim Kurumlarında Akademisyenlerin öğretim Performansını Değerlendirme Sürecinde Kullanılan Yöntemler. (Turkish). *Educational Administration: Theory & Practice,* 15(60), 625-656.

Kalkan, M. & Kurşunluoğlu Yarımoğlu, E. (2016). Dayanıklı Tüketim Malları Sektöründe Satış Sonrası Hizmet Kalitesi Ölçümü. *International Journal Of Management Economics & Business / Uluslararasi Yönetim Iktisat Ve Isletme Dergisi,* 12(30), 63-80.

Kang & G. D Jeffrey James, (2004) "Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model", Managing Service Quality: *An International Journal,* Vol. 14 Issue: 4, pp.266-277.

Karahan, Ş. & Kayabaşı, A. (2015). Kütüphane Hizmetlerinde Kalite Ölçümü: Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi.*

Karakaya, A., Kılıç, İ. & Uçar, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Kalitesi Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi.*

Katia Saliba & Annmarie Gorenc Zoran. (*2018). Measuring Higher Education Services Using the SERVQUAL Model. Izzivi* Prihodnosti, (4), 160.

Kazançoğlu, İ. (2011). Havayolu Firmalarında Müşteri Sadakatinin Yaratılmasında Kurum İmajının Ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Etkisi. *Akdeniz University Faculty Of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal / Akdeniz Universitesi Iktisadi Ve Idari Bilimler Fakultesi Dergisi,* 11(21), 130-158.

Khalaf, M. A. & Khourshed, N. (2017). Performance-based service quality model in postgraduate education. *The International Journal of Quality & Reliability Management,* 34(5), 626-648.

Khalid, S. M. Khairul Anuar Mohd. Ali & Zafir Khan Mohamed Makhbul. (2019). Assessing the effect of higher education service quality on job satisfaction among lecturers in premier polytechnics using HEdPERF model. *LogForum,* 15(3).

Khoo, S., Ha, H. & McGregor, S. L. T. (2017). Service quality and student/customer satisfaction in the private tertiary education sector in singapore. *The International Journal of Educational Management,* 31(4), 430-444.

Koçoğlu, D. (2012). Seyahat İşletmeciliği Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Ekev Academic Review,* 16(50), 285-298.

Köse, İ. A. (2012). Yükseköğretim Kurumlarında Öğrenci Sadakati. (Turkish). *Journal Of Higher Education & Science / Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi,* 2(2), 114-118.

Kurulgan, M., & Bayram, F. (2018). Müzelerde Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları: Anadolu Üniver*sitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi'nde Bir İnceleme. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 22(2), 375-410.

Landrum, H., Zhang, X., Prybutok, V. & Peak, D. (2009). Measuring IS System Service Quality with SERVQUAL: Users' Perceptions of Relative Importance of the Five SERVPERF Dimensions.

Lazibat, T., Baković, T. & Dužević, I. (2014). How perceived service quality influences students' satisfaction? Teachers' and students' perspectives. *Total Quality Management & Business Excellence,* 25(7-8), 923-934.

Lemmink, J. & Kasper, H. (1994), "Competitive Reactions to Product Quality Improvements in Industrial Markets", *European Journal of Marketing,* Vol. 28 No. 12, pp. 50-68.

Li, R. Y., & Kaye, M. (1998). A case study for comparing two service quality measurement approaches in the context of teaching in higher education. *Quality in Higher Education,* 4(2), 103-113.

Mahapatra, S. S., & Khan, M. S. (2007). A framework for analysing quality in education settings. European Journal of Engineering Education, 32(2), 205-217.

Mahmoud, A. B. & Khalifa, B. (2015). A confirmatory factor analysis for SERVPERF instrument based on a sample of students from Syrian universities. *Education and Training,* 57(3), 343–359.

Mang'unyi, E. E. & Govender, K. 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.

Martínez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J. G., & Cepeda-Carrión, G. (2015). An application of the performance-evaluation model for e-learning quality in higher education. Total Quality Management & Business Excellence, 26(5-6), 632-647.

Mattah, P.A., Albert Justice Kwarteng & Justice Mensah, (2018) "Indicators of service quality and satisfaction among graduating students of a higher education institution (HEI) in Ghana", *Higher Education Evaluation and Development,* Vol. 12 Issue: 1, pp.36-52.

Mauri Cesar Soares, Olívio Novaski & Rosley Anholon. (2017). SERVQUAL model applied to higher education public administrative services. *Brazilian Journal of Operations & Production Management,* (3).

McIntosh, B. T. (2017). Determining perceptual gaps of service quality and value in higher education: A midwestern bible college (Order No. 10598991). *Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1936032911).*

Muhammad, N., Kakakhel, S. J. & Shah, F. A. (2018). Effect of Service Quality on Customers Satisfaction: An Application of HEdPERF Model. *Review of Economics and Development Studies,* 4(2), 165-177.

Narang, R. (2012), "How do management students perceive the quality of education in public institutions?", *Quality Assurance in Education,* Vol. 20 No. 4, pp. 357-371.

Noaman, A. Y., Ragab, A. H. M., Fayoumi, A. G., Khedra, A. M., & Madbouly, A. I. (2013, September). Heqam: A developed higher education quality assessment model. *In 2013 Federated Conference on Computer Science and Information Systems (pp.* 739-746). IEEE.

Noaman, A. Y., Ragab, A. H. M., Madbouly, A. I., Khedra, A. M. & Fayoumi, A. G. (2017). Higher education quality assessment model: towards achieving educational quality standard. *Studies in Higher Education,* 42(1), 23-46.

O'Neill, M. A. & Palmer, A. (2004). Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. *Quality assurance in education,* 12(1), 39-52.

Olgun, M. O. & Özdemir, G. (2013). Önem-Memnuniyet Analizi Ve Taguchi Metodu İle Eğitimde İyileştirme Önceliklerinin Belirlenmesi: Bir Uygulama Örneği. *Pamukkale University Journal Of Engineering Sciences,* 19(2), 81-87.

Özçakar, N. (2010). Bir kamu kuruluşundaki toplam kalite yönetimi uygulamalarının değerlendirilmesi. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration,* 39(1).

Özdemir, T., & Hiperlink (Firm). (2013). *İstatistiksel kalite kontrol*. Hiperlink.

Özer, G., & Uyar, M. (2010). Muhasebecilerin etik oryantasyonlarının mesleki bağlılığa etkisi üzerine bir inceleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi,* (48), 89-100.

Özer, M. (2011). Türkiye'de Yükseköğretimde Büyüme ve Öğretim Üyesi Arzı. (Turkish). *Journal Of Higher Education & Science / Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi,* 1(1), 23-26.

Özgür, G., Hiperlink (Firm), Saran, M., Vatan, F., & Khorshid, L. (2013). *Eğitim hizmetlerinde kalite.* Konya.

Pai, Y.P. & Satyanarayana T Chary, (2016) "Measuring patient-perceived hospital service quality: a conceptual framework", *International Journal of Health Care Quality Assurance,* Vol. 29 Issue: 3, pp.300-323.

Palese, B., & Usai, A. (2018). The relative importance of service quality dimensions in E-commerce experiences. *International Journal of Information Management,* 40, 132–140.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing,* 49(4), 41.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. . (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing,* 1, 12.

Purwanto, Y. & Noor, I., & Kusumawati, A. (2020). Service Quality Measurement through Higher Education Performance (HEDPERF) The Case of an Indonesian Public University. *WACANA, Jurnal Sosial dan Humaniora,* 23(1).

Rafik, A. & Anjar Priyono. (2018). A new insight into alumni satisfaction model for Islamic higher education institutions (IHEI). *Management Research Review,* 41(12), 1411–1437.

Randheer, K. (2015). Service quality performance scale in higher education: Culture as a new dimension. *International Business Research,* 8(3), 29.

Raza, M. M., Sarwar, M. & Shah, A. A. (2020). Analysis of Education Service Quality in Universities of Pakistan: Postgraduate Students' *Perspective. Journal of Research & Reflections in Education (JRRE),* 14(1).

Reda, N. W. (2017) "Balanced scorecard in higher education institutions: Congruence and roles to quality assurance practices", *Quality Assurance in Education, Vol. 25 Issue: 4, pp.*489-499.

Rodrigues, L. L., Barkur, G., Varambally, K. V. M. & Golrooy Motlagh, F. (2011). Comparison of SERVQUAL and SERVPERF metrics: an empirical study. The TQM Journal, 23(6), 629-643.

Rodríguez-González, F. G. & Segarra, P. (2016). Measuring academic service performance for competitive advantage in tertiary education institutions: the development of the Tedperf scale. *International Review on Public and Nonprofit Marketing,* 13(2), 171-183.

Rowley, J. (1997) "Beyond service quality dimensions in higher education and towards a service contract", *Quality Assurance in Education, Vol. 5 Issue:* 1, pp.7-14.

Saad, N. (2013). Students' perceptions of higher education quality at Notre Dame University-Louaize in Lebanon *(Doctoral dissertation, Saint Louis University).*

Samat Nusrah, Ramayah T. & Mat Saad Norizan. (2006). TQM practices, service quality, and market orientation : Some empirical evidence from a developing country. *Management Research News,* 29(11), 713–728.

Santos, J. (2002). From intangibility to tangibility on service quality perceptions: a comparison study between consumers and service providers in four service industries. *Managing Service Quality: An International Journal,* 12(5), 292–302.

Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., Vatandaş, C., Bayram, A.K., Alver, K. & Koçak, H. (2001). Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin kurumsal imajı: Afyon halkının Üniversiteyi algılaması, tutum ve beklentilerine ilişkin bir araştırma. *T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi* Yayın No: 34.

Sarıışık, M. & Dikkaya, F. (2015). Hizmet Kalitesi Kapsamında Heveslilik Boyutuna İlişkin Beklenti Ve Algıların Belirlenmesi. *Kastamonu University Journal Of Economics & Administrative Sciences Faculty,* 1037-51.

Schermelleh-Engel, K., Helfried M. & Hans M. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23–74.

Serin, H, Aytekin, A. (2009). Yüksek Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi* , 11 (15) , 71-81.

Shavelson, R. J. (2012). Statistical reasoning for the behavioral sciences (3rd ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.

Sheeja, V. S., Krishnaraj, R. & Harindranath, R. M. (2014). Evaluation of higher education service quality scale in pharmaceutical education. *International Journal of Pharmaceutical Sciences Review and Research,* 28(2), 263-266.

Shekarchizadeh, A., Rasli, A. & Hon-Tat, H. (2011). SERVQUAL in Malaysian universities: perspectives of international students. *Business Process Management Journal,* 17(1), 67-81.

Stefano, N., Filho, N., Barichello, R. and Sohn, A. (2015), "A fuzzy SERVQUAL based method for evaluated of service quality in the hotel industry", *Procedia CIRP,* Vol. 30, pp. 433-438.

Sultan, P., & Yin Wong, H. (2010). Service quality in higher education–a review and research agenda. *International Journal of Quality and Service Sciences,* 2(2), 259-272.

Sultan, P & Yin Wong, H. (2012). Service quality in a higher education context: an integrated model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics,* 24(5), 755-784.

Sultan, P & Yin Wong, H. (2013). Antecedents and consequences of service quality in a higher education context: a qualitative research approach. *Quality assurance in education,* 21(1), 70-95.

Şenel, M., Şenel, B. & Özkara, B. (2014). Yeniden Yapılanma Sürecinde Olan Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryollarında Hizmet Kalitesi. *Anadolu University Journal Of Social Sciences, 14(3), 65-76.*

Şengel, S., Tokay Argan, M. T. & Argan, M. (2008). Yüksek Öğretimde Algılanan Kalite Boyutları: *Bilecik Meteb Bölgesi Örneği. Sosyal Bilimler Dergisi, (1), 149-162.*

Şenol, Ş. (2012). İstatiksel Kalite Kontrol. Ankara : *Nobel akademik yayıncılık, 2012.*

Şirin, M. E. & Murat, A. K. S. U. (2016). Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti, Tekrar Satın Alma ve Tavsiye İsteği Üzerine Etkisi: Trabzon Ortahisar Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2), 530-544.*

Tabachnick, B. G & Fidell, L. S. (2007). Using multivariate statistics (5th ed.). New York, NY: Pearson.

Teeroovengadum, V., Kamalanabhan, T. J. & Seebaluck, A. K. (2016). Measuring service quality in higher education: Development of a hierarchical model (Hesqual). *Quality Assurance in Education,* 24(2), 244-258.

Teeroovengadum, V., Nunkoo, R., Gronroos, C., Kamalanabhan, T. J., & Seebaluck, A. K. (2019). Higher education service quality, student satisfaction and loyalty. *Quality assurance in education.*

Tokay Argan, M. (2009). Sanat Galerilerinin Sergi Salonunda Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Cilt 9, Sayı 1, 1-18

Topsakal, Y & İplik, F . (2013). Üniversite Öğrencilerinin Kalite Algıları İle Memnuniyet ve Tavsiye Etme Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,* 10 (2) , 82-94.

Tóth, Z. E., & Surman, V. (2019). Listening to the voice of students, developing a service quality measuring and evaluating framework for a special course. *International Journal of Quality and Service Sciences.*

Trivellas, P., & Dargenidou, D. (2009). Leadership and service quality in higher education: The case of the Technological Educational Institute of Larissa. *International Journal of Quality and Service Sciences,* 1(3), 294-310.

Tsinidou, M., Gerogiannis, V. & Fitsilis, P. (2010). Evaluation of the factors that determine quality in higher education: an empirical study. *Quality Assurance in education, 18(3), 227-244.*

Wang, Y., Lo, H. P & Hui, Y. V. (2003). The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: evidence from the banking industry in China. Managing Service Quality: *An International Journal,* Vol. 13 No. 1, pp. 72-83.

Wissema, J. (2014). *Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru: Geçiş Döneminde Üniversiteleri Yönetmek* (Çevirenler Nurkalp Devrim, Taciser Belge). 2. Baskı, İstanbul: Özyeğin Üniversitesi Yayınları (Eserin orijinali 2009 yılında yayınlandı).

Yükseköğretim Mevzuatı (2014). *Yalın Yayıncılık.* İstanbul: 28. Basım.

Yavuz, M. (2012). Yükseköğretim yönetiminde dönüşüm ve Türkiye için alternatif yönetim modeli önerisi / Mehmet Yavuz.

Yavuz, S & Akman, Z . (2018). Üniversitelerin Sunmuş Olduğu Hizmetin Öğrenciler Tarafından Algılanması: *Erzincan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi ,* 9 (17) , 39-62.

Yavuz, M., & Gülmez, D. (2016). The assessment of service quality perception in higher education. Egitim ve Bilim, 41(184).

Yeo, R. K. & Li, J. (2014). Beyond SERVQUAL: The competitive forces of higher education in Singapore. *TOTAL QUALITY MANAGEMENT & BUSINESS EXCELLENCE,* (1/2), 95.

Yıldız, A. S. (2016). Üniversiteler Ne Vaat Ediyor? Türkiye'deki Üniversitelerin Basın İlanları Üzerine Bir İçerik Analizi. *Anadolu Üniversitesi.*

Yıldız, O. & Erdil, S. (2013). Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlenmesi. *Marmara Üniversitesi.*

Yıldız, S. M. & Kara, A. (2009). The Pesperf scale: An instrument for measuring service quality in the School of Physical Education and Sports Sciences (PESS). *Quality Assurance in Education, 17(4),* 393-415.

Yılmaz, V. ve Çelik, H. E. (2009). LISREL ile yapısal Eşitlik Modellemesi-I. Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama. Ankara: Pegem Akademi.

Yousapronpaiboon, K. (2014). SERVQUAL: Measuring Higher Education Service Quality in Thailand. *Procedia Social and Behavioral Sciences,* 116(1), 1088.

YÖK, (2019), Yükseköğretim Kalite Güvencesi ve Yükseköğretim Kalite Kurulu Yönetmeliği, Web: https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=28996&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5 , 22 Ağustos 2019'da alınmıştır.

Zaid, A. M. (1995) "Measuring and monitoring service quality at Malaysia Airlines", *Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 5 Issue: 2, pp.25-27.*

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of marketing,* 49(2), 33-46.

Zengin, E., & Erdal, A. (2000). Hizmet sektöründe toplam kalite yönetimi. *Journal of Qafqaz University,* 3(1), 43-56.

Zhao, Y., Liu, Y.-P. & Tan, J. (n.d.). 2006. The research of SERVQUAL instrument applying in Chinese higher education. *2006 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics, SOLI 2006,* 621–626.

EKLER

EK1-ARAŞTIRMADA KULLANILAN ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

"Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçümünde Yükseköğretim Performansı (HEdPerf) Ölçeği Uygulaması" başlıklı doktora tez çalışmasına veri sağlamak amacıyla yürütülen bilimsel amaçlı bir araştırma kapsamında, aşağıda yer alan ***anket sorularına vereceğiniz cevaplar, isim belirtilmeden toplu olarak değerlendirilecektir***. Ayıracağınız zaman ve katkılarınız için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF

Muhammet BAYRAKTAR
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi SBE
Doktora Öğrencisi

1. **Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nde aldığınız hizmetlerin aşağıda yer alan belirli yönleriyle ilgili deneyimlerinize ilişkin fikrinizi en iyi ifade eden rakamı işaretleyiniz.**

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Hizmet Özellikleri		**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Fikrim Yok**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
1	Akademik personel, ders içeriğine ilişkin sorularımı cevaplayabilecek, yeterli bilgiye sahiptir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2	Akademik personel bana yardımsever ve saygılı bir şekilde davranır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3	Akademik personel, isteklerime cevap veremeyecek kadar asla meşgul değildir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4	Akademik personel, bir sorunum olduğunda bu sorunumu çözmek için samimi bir ilgi gösterir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
5	Akademik personel, öğrencilere karşı olumlu bir tutum gösterir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
6	Akademik personel, sınıf içerisinde çok iyi iletişim kurar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
7	Akademik personel, bilgi ve yeteneklerimin gelişimi ile ilgili geri bildirim sağlar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
8	Akademik personel danışmanlık hizmeti için yeterli zamanı ayırır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
9	Üniversitemin kurumsal bir imajı vardır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
10	Yurt olanakları ve yurtta bulunması gereken ekipmanlar yeterlidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
11	Akademik anlamda gerekli tesisler (derslik, laboratuvar, konferans salonu vb.) yeterlidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
12	Üniversitemde var olan eğitim-öğretim programları mükemmel kalitededir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
13	Üniversitemde sosyal tesisler gereken düzeyde ve yeterlidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
14	Üniversitemde kişisel ilgiyi sağlayabilmek için sınıf büyüklükleri minimum kapasitededir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Hizmet Özellikleri		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
15	Üniversitemde çok sayıda ve çeşitli uzmanlık diploma programları yer almaktadır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
16	Üniversitemde esnek müfredat yapısına sahip eğitim-öğretim programları sunulmaktadır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
17	Üniversitemin kampüs yeri, düzeni ve görünümü mükemmeldir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
18	Üniversitemin sunduğu diploma programları itibarlıdır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
19	Akademik personel uzmanlık alanlarında iyi eğitimli ve deneyimlidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
20	Üniversitemin mezunları kolay iş bulabilir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
21	İdari personel, bir sorunum olduğunda çözmek için samimi bir ilgi gösterir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
22	İdari personel, öğrencilere karşı yardımsever ve ilgilidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
23	Öğrencilerin soru ve şikayetleri hızlı ve etkili bir biçimde değerlendirilir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
24	İdari personel, talebim olduğunda cevap veremeyecek kadar asla meşgul değildir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
25	İdari birimlerin, tuttukları kayıtlar güvenilir ve erişilebilirdir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
26	Üniversitemin personeli bir şey için söz verdiğinde, zamanında sözünü tutar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
27	İdari birimlerin çalışma saatleri benim için uygundur.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
28	İdari personel, öğrencilere olumlu çalışma tutumu gösterir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
29	İdari personel öğrencilerle iyi iletişim kurar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
30	İdari personel, süreç/sistemlerle ilgili yeterli bilgiye sahiptir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
31	Üniversitemle olan ilişkilerimde kendimi güvende hissederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
32	Üniversitemde hizmetler beklenilen/makul bir zaman dilimi içerisinde yerine getirilir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
33	Üniversitemde personel öğrencilere eşit ve saygılı davranır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
34	Üniversitemde öğrencilere özgür ortam adil olarak sağlanmaktadır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
35	Üniversitem personeliyle bilgimi paylaştığımda gizlilik haklarıma saygı duyar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
36	Üniversitem personeliyle telefonla kolaylıkla iletişim kurulur.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
37	Üniversitem mükemmel bir danışmanlık hizmeti sunar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
38	Üniversitemin sunduğu sağlık hizmetleri gereken düzeyde ve yeterlidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
39	Üniversitem, öğrenci kulüplerinin kurulmasını teşvik eder ve destekler.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
40	Üniversitem hizmetlerinin performansını geliştirmek için öğrencilerden gelen geri bildirimlere değer verir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
41	Üniversitem hizmetlerini standart ve basit süreçlerle sunar.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

2. Aşağıda Üniversiteniz hakkında ***duygu ve düşüncelerinizi en iyi ifade eden rakamı işaretleyiniz.***

Üniversitemin hizmetlerinin kalitesi	**Çok Kötü**	**Kötü**	**Ne iyi Ne kötü**	**İyi**	**Mükemmel**
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Üniversitemden aldığım hizmetlere yönelik memnuniyetimin düzeyi,	**Hiç Memnun Değilim**	**Memnun Değilim**	**Ne Memnunum Ne Memnun Değilim**	**Memnunum**	**Çok Memnunum**
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Mezun olduktan sonra üniversiteme yapacağım ziyaret sayısı,	**Asla**	**Çok Nadiren**	**Ne Ziyaret Ederim Ne Ziyaret Etmem**	**Sık Sık**	**Çok Sık**
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Üniversitemi tercihte bulunacak diğer kişilere tavsiye ederim.	**Asla**	**Çok Nadiren**	**Ne Tavsiye Ederim. Ne Tavsiye Etmem**	**Sık Sık**	**Çok Sık**
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

Üniversitemle ilgili olumlu düşüncelerim:

……
……
……
……

Üniversitemle ilgili eleştirilerim:

……
……
……
……

Eğer üniversitemde yetkili olsaydım, aşağıdakileri yapmak isterdim:

……
……
……
……

3. Aşağıda yer alan ***demografik özelliklerinize ilişkin vereceğiniz cevaplar <u>isim belirtilmeden toplu olarak değerlendirilecektir.</u>***

Fakülteniz:

Bölümünüz: **Sınıfınız:** Hazırlık O 1 O 2 O

3 O 4 O **4+** O

Yaşınız:

Cinsiyetiniz: O Kadın O Erkek **Nerelisiniz** (İl Adını Yazınız)**?**

Hangi liseden mezunsunuz?	Genel Lise O	Anadolu Lisesi O	Fen Lisesi O	İmam Hatip Lisesi O	Anadolu Meslek Lisesi O
	Endüstri Meslek Lisesi O	Öğretmen Lisesi O	Ticaret Meslek Lisesi O	Teknik Lise O	Özel Lise O
	Diğer (Lütfen Belirtiniz) ……....				

Üniversitemizi ve okuduğunuz bölümü tercih etmenizdeki en önemli nedeniniz?	Kaliteli eğitim O	Mesleki ilgi O	Üniversite giriş sınavından almış olduğum puan O	Birisinin yönlendirmesi O	Burs O	Yurt O	Bölüm İmajı O	İş Olanağı O
	Diğer (Lütfen Belirtiniz) ……..							

Üniversitemize gelmekle doğru bir seçim yaptığınızı düşünüyor musunuz?	Evet O	Hayır O	**Hayır ise nedeni?** …… …….
Üniversitemizde seçtiğiniz bu bölüm kaçıncı tercihinizdi?	……		
Aylık harcamanız yaklaşık olarak nedir?	……		

ÖZ GEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Muhammet BAYRAKTAR

Doğum Tarihi:

Doğum Yeri:

İş Telefonu:

Cep Telefonu:

E-postası:

Bildiği Yabancı Diller:

- Almanca
- İngilizce

Aldığı Sertifikalar:

- 1-2 Şubat 2001 Akademik Bilişim'01 (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)
- 11-13 Şubat 2004 Akademik Bilişim'04 (Karadeniz Teknik Üniversitesi)
- 19-20 Ocak 2010 Uzaktan Eğitim Merkezi Seminer (Yükseköğretim Kurulu)
- 23 Mayıs-26 Mayıs 2010 IV. ULAKNET Çalıştay ve Eğitimi (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- 5-18 Mayıs 2011 V. ULAKNET Çalıştay ve Eğitimi (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Uzmanlık Alanı: İşletme

Derece	Bölümü	Üniversite	Yıl
Ön Lisans	Turizm ve Otelcilik	Karadeniz Teknik Üniversitesi	1994
Lisans	İşletme	Anadolu Üniversitesi	2002
Y. Lisans	Üretim Yönetimi ve Pazarlama	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	2007
Doktora	İşletme	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	2021

Yüksek Lisans Tez Başlığı ve Tez Danışmanı:
Otel İşletmelerinde Kişisel Satış Faaliyetlerine İlişkin Bir Araştırma
(A Study On Personal Sale Activities İn Hotel Business)
Danışmanı- Prof.Dr. Esen GÜRBÜZ

Doktora Tezi ve Danışmanı:
'Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçümünde Yükseköğretim Performansı (HEdPERF) Ölçeği Uygulaması'
Danışmanı- Prof.Dr. Esen GÜRBÜZ

İş Deneyimi:

- 2021 Devam Ediyor: Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi **(Fakülte Sekreteri)**
- 2018-2020 : Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü **(Enstitü Sekreter Vekili)**
- 2018 **:** Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Ulukışla Meslek Okulu **(Öğrenci İşleri Şefi – 3 Ay)**
- 2014-2018 **:** Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Ayhan Şahenk Tarım Bilimleri ve Teknolojileri Fakültesi **(Öğrenci İşleri Şefi)**
- 2000-2014 : Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı **(Bilgi İşlem Şefi)**
- 1999-2000 : Hotel Büyük Sumela (**Pazarlama ve Satış Sorumlusu**)
- 1997-1999 : Zorlu Grand Hotel (**Ön Büro Elemanı**)

İdari Görevler (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi):

- **Fakülte Sekreteri (06.10.2020 tarihinden itibaren devam ediyor)**
- **Enstitü Sekreteri (2018-2020)**
- **Öğrenci İşleri** (Haziran 2014'den İtibaren-Devam Ediyor)
- **Uluslararası Öğrencilere Danışmanlık Yapılması**
- **Staj İşleri**
- **TÜBİTAK Araştırma Projesi Alan Lisansüstü Yerli ve Uluslararası Bursiyer Öğrencilerin Sigortalı İşe Giriş ve İşten Ayrılış Bildirgelerinin Düzenlenmesi, Tahakkuk Fişi, Sigortalı Hizmet Listesi ve Bursiyer Prim Bildirge Bordrosu'nun Hazırlanıp Üniversitemiz Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimine Gönderme İşlemleri**
- **Ayhan Şahenk Vakfından Burs Alan Lisans ve Lisansüstü Yerli ve Uluslararası Öğrencilerimizin Bursluluk İşlemlerinin Takip Edilmesi**
- **Elektronik Belge Yönetim Sistemi**
- **Dokuman Yönetim Sistemi**
- Yönetim ve Organizasyon
- Muhasebe ve Satın Alma İşlemleri(Doğrudan Temin ve İhale Yoluyla)
- www.bumko.gov.tr Adresinden Ödeme Emri Belgesinin Hazırlanması
- Bilgi İşlem Daire Başkanlığı ve Enformatik Bölüm Başkanlığı Yazışmaları
- Taşınır Kayıt Kontrol ve Ayniyat İşlemleri
- Gerçekleştirme Görevlisi (2010-Haziran 2014)
- Stratejik Plan, Eylem Planları, İç Kontrol Standartlarının Hazırlanması
- Birim Faaliyet Raporlarının Hazırlanması
- Bilgi İşlem Daire Başkanlığı Bütçesinin Hazırlanması
- Kamu Harcama ve Muhasebe Bilişim Sistemi(Harcama Yönetim Sistemi(HYS)-Taşınır Kayıt ve Yönetim Sistemi(TKYS)/2013-2014

Teknik Deneyimler (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi):

- Lan(Local Area Network/Yerel Ağ Yönetimi)
- Windows Tabanlı İşletim Sistemlerinin Kurulumu ve Yönetimi
- Son Kullanıcılara MS Office Uygulama Desteğinin Verilmesi
- Doküman Yönetim Sistemi Devamlılığının Sağlanması
- Uzaktan Eğitim Merkezi Sanal Sınıflarının Donanımsal Alt Yapı Sorunlarının Giderilmesi ve Kurulumu
- Teknoloji Sınıflarında İnce İstemci (Thin Client) Bilgisayarların Serverlere Tanıtımının Yapılarak Kurulum ve Yönetim İşlemleri