

YÜKSEKÖĞRENİM KIZ ÖĞRENCİ YURTLARININ HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ: UŞAK İLİ ÖRNEĞİ

MEASUREMENT OF THE SERVICE QUALITY OF HIGHER EDUCATION GIRLS' DORMITORIES
AND PERCEIVED SERVICE QUALITY: THE CASE OF UŞAK PROVINCE

Makbule MÜFTÜOĞLU

Sorumlu Yazar, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi,
makbule.katlidag@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4660-3758

Güçlü İlker MÜFTÜOĞLU

Öğr. Gör. , Manisa Celal Bayar Üniversitesi Demirci MYO, ilker.muftuoglu@cbu.edu.tr, ORCID:
0000-0002-3994-3634

ÖZET

Kabul Tarihi /
Accepted: 26.04.2019

Araştırma Makalesi/
Research Articles

İletişim /
Correspondence:
Makbule MÜFTÜOĞLU

Benzerlik Oranı/
Plagiarisim : % 8

Hizmet kavramı günlük yaşamımızda da sürekli karşımıza çıkmasına rağmen, soyut olmasından kaynaklı algılanmasında ve ölçülmesinde birtakım güçlüklerle karşılaşmaktadır. Hizmet kalitesinin müşteri tarafından değerlendirilmesi, ürünlerin değerlendirilmesine göre daha zor olduğundan, hizmet kalitesinin ölçümünde beş faktörü barındıran (fiziksel varlıklar, güvenilirlik, karşılık verebilmek, yeterlilik, ulaşılabilirlik) servqual yöntemi kullanılmaktadır. Çalışmanın konusunu oluşturan yükseköğrenim kız öğrenci yurtları, öğrencilere barınma, beslenme başta olmak üzere sosyal birtakım imkânlar, kuaför, internet hizmetleri vs sağlamak üzere kurulmuş işletmelerdir. Öğrencilerin yurttaki araç ve gereçlerinin temiz ve düzenli olmasından tutun da güvenliğine, personelle olan ilişkilerine kadar birçok problemi vardır. Bu çalışmada yurtların hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Uşak ilindeki özel ve devlet yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarında kalan 450 kız öğrenciye anket çalışması uygulanmış ve sonucunda öğrencilere verilen hizmetlerin kalitesini ve öğrencilerin algılarını belirlemek amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: : Yurt Hizmetleri, Hizmet Kalitesi, Öğrenci Algılamaları, Öğrenci Memnuniyeti

ABSTRACT

The topic of globalization is a issue that has long been discussed in the economic literature. The globalization process, which has been influential since the 1970s, has manifested itself in economic, social, ideological and cultural dimensions. Especially, with the increase of economic globalization, very serious increases have been observed in environmental pollution. Increasing environmental pollution has accompanied the search for a green economy within the framework of new policies. This study examines the transformational process of environmentalist policies as a result of increasing environmental pollution, along with the period of the global development of the globalization process in the past.

Keywords: Dormitory Services, Service Quality, Student Perceptions, Student Satisfaction

1. GİRİŞ

Gelişim ve değişim, son yılların en önemli kavramları arasındadır. Gelişim ve değişimden kaynaklı insanların istek ve ihtiyaçlarında da bir artış görülmektedir. Bu noktada kişilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak adına hizmetler devreye girmekte ve insana verilen değerlerin de artmasıyla hizmet, yaşantımızın vazgeçilmez bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Hizmetler, tüketicilerin yaşantılarından kaynaklanan ve çoğu fiziksel olamayan sorunlarını çözmeye yönelik faaliyetler ve faydaların toplamıdır (İslamoğlu vd., 2006: 18). Hizmetin yoğun olduğu işletmelerde hizmet sunumu oldukça önemlidir. Hizmet sunumunda sadece araç ve gereçlerin kaliteli olması tek başına yeterli değildir. Hizmeti veren kişilerin işlerini profesyonelce, severek ve güler yüzle yapmaları da önemlidir. Aksi bir durum müşteri üzerinde olumsuz bir imaj ve tatminsizliğe yol açabilmektedir (Karahana, 2006: 102).

Pazarlama biliminin başlangıcı somut ürünlerin pazarlanması ile olsa da günümüzde hizmet sektörü, pazarlama bilimi içerisinde kendine has bir çalışma alanı oluşturmuştur. Hizmet pazarlaması, hizmetlerin özelliklerinin, fiziksel ürünlerin özelliklerinden ayrılması sebebi ile farklı bir bakış açısı gerektirmektedir (Aksoy, 2005: 92). Hizmet kalitesi ve müşteri tatmini hizmet pazarlamasının ulaşmaya çalıştığı iki önemli hedefdir. Müşteri tatmini, müşterinin bir mal veya hizmet ile ilgili satın alma sonrasındaki değerlendirmedir. Hizmet kalitesi ise daha uzun solukludur. Hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, algılanan hizmet kalitesi ile beklenen hizmet kalitesinin karşılaştırılması sonucu ortaya çıkmaktadır. Müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini iyi bilen bir işletme, iyi bir imaj elde edip rakiplerine karşı avantajlı duruma geçebilmektedir (Değermen, 2006: 25).

Arz-talep doğrultusunda, birbirinden farklı fakat hepsi kişilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hizmetler meydana gelmiştir. Bunlardan birisi de yükseköğrenim gören kız öğrencilerin barınma ihtiyaçlarına cevap veren yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarıdır. Öğrencilerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda, beklentileri ve algıladıkları büyük önem taşımaktadır. Günümüzdeki sosyal ve ekonomik değerlerdeki gelişmelere bağlı olarak öğrencilerin beklentileri de artmaktadır. Bu beklentileri karşılayarak hizmet kalitesini ve memnuniyet derecesini yükseltmek de yurtların başlıca uygulama alanlarını oluşturmaktadır (Güllü ve Kuşderci, 2011: 186). Bu çalışmada, yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarında kalan öğrencilere sunulan hizmet kalitesi ve öğrencilerin hizmet kalitesini algılama düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla Uşak iline bağlı özel ve devlet yükseköğrenim kız öğrenci yurtları, uygulama alanı olarak seçilmiştir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

Hizmetler, müşterilerin istek ve beklentilerinin karşılanmasına yönelik ortaya çıkarılmış soyut ürünlerdir. Hizmet kavramı; zaman, yer, şekil ve psikolojik faydalar sağlayan ekonomik faaliyetler olarak da tanımlanabilir (Zerenler ve Öğüt, 2007: 502). Hizmetlerin pazarlanması, kendine has yapısından kaynaklı ürünlerin pazarlanmasından oldukça farklıdır. Pazarlama sürecine bakıldığında ise hizmet ve ürün arasındaki farkın büyük bir fark olmadığından, çok büyük bir fark olduğu anlayışına doğru bir yönelim vardır. Hizmet sektörünün bu denli büyümesine sebep olan gelişmeler arasında teknolojik değişimler, pazardaki talepler, küreselleşme, hizmet zincirlerinin gelişmesi, hizmet üreticilerinin artması, hizmet kalitesinin etkisi sayılabilir ve bu başlıklardaki her gelişme hizmet sektörüne bir katkı demektir (Örs, 2007: 33).

Ürün kalitesine göre ölçülmesi daha zor olan hizmet kalitesi tanımları incelendiğinde ise karşımıza çıkan ilk unsurun müşteri beklentileri olduğu görülmektedir. En genel anlamda hizmet kalitesi, müşteri beklentilerini karşılamak amacıyla en üstün hizmetin tüketicilere en iyi şekilde sunulmasıdır (Okumuş ve Duygun, 2008: 19). Hizmet kalitesini,

müşterilerin beklentileri ve algılamaları açısından incelediğimizde görülmektedir ki müşteriler hizmet kalitesini kişisel algılamakta ve yorumlamaktadır. Bunun sonucunda da kendilerine sunulan hizmet ile beklendikleri hizmeti karşılaştırmaktadır. Burada işletme müşterilerinin gözünde müşterilerin algıladığı hizmet kadar başarılıdır (Savaş ve Kesmez, 2014: 3). Beklenen kalite ile algılanan kalite karşılaştırıldığında aradaki fark negatif ise müşterilerin hizmet kalitesini olumsuz; aradaki fark pozitif ise müşterilerin hizmet kalitesini olumlu olarak değerlendirdiğini söylemek mümkündür. Bu değerlendirmeler müşterinin işletmeye dair olan imajına önemli ölçüde yansiyacaktır. Dolayısıyla tüketici tatmininin esas belirleyicisi hizmet kalitesidir (Odabaşı, 2006: 94)

Üzerinde durulmasını gerektiren bir diğer konu ise henüz neler olduğu konusunda tam bir fikir birliği bulunmayan hizmet kalitesinin boyutlarıdır. Hizmet kalitesi boyutları konusunda ortaya koyulan en önemli çalışma Parasuraman, Zeithaml ve Berry (PZB) (1988)' e aittir. Şekline bakılmaksızın hizmetler için ana kıstaslar ortaya koyulmuş ve bu kıstaslar hizmet kalitesinin boyutları başlığı altında toplanmıştır. Bu boyutlar; güvenilirlik, karşılık verebilmek, yeterlilik, ulaşılabilirlik veya erişilebilirlik, saygı, iletişim, inanılabilirlik, güvenlik, müşteriye anlamak ve fiziksel varlıklardır. Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin yaptıkları çalışmalar devam ettikçe, bu boyutlardan sadece beş tanesinin hizmet kalitesiyle yüksek derecede ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesi ile yüksek derecede ilişkili olan bu boyutlar; hizmetin tutarlılığı ve gerçekleştirilebilmesi ile alakalı güvenilirlik boyutu, açık ve net şekilde taleplere cevap verme ile alakalı karşılık verebilmek boyutu, saygı, yeterlilik ve inanılabilirlik gibi etkenlere dayalı güvence boyutu, müşteriye anlama esasına dayalı empati boyutu ve son olarak çalışanlar, donanım materyallerini kapsayan fiziksel varlıklar boyutudur (Gülmez ve Kitapçı, 2008: 167).

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılan ölçek servqual ölçeğidir ve Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından müşteri beklentilerinin ve algılamalarının karşılaştırılmasına dayanılarak hazırlanmıştır. Servqual, çok kullanılan ve dikkate alınan bir hizmet kalitesini ölçme yöntemidir (Savaş ve Kesmez, 2014: 4). Servqual ölçeği, müşterilerin beklentilerini ölçen birinci bölüm ve işletmenin tüketici algılamalarını ölçen ikinci bölümden oluşmaktadır. Burada daha önce belitmiş olduğumuz hizmet kalitesinin beş boyutunu temsilen bulunan 22 değişken ile müşteri beklentileri ve algılamaları ölçülmekte, değişkenlere “kesinlikle katılmıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” arasında beşli likert ölçeği uygulanmaktadır (Saat, 1999: 114). Eğer tüketiciye algılatılan hizmet, beklentilerini karşılamaya yetiyor ise, olumlu bir sonuç ortaya çıkacak ve sonucunda hizmet kalitelidir şeklinde bir değerlendirme yapılabilecektir (Çiçek ve Doğan, 2009: 204).

Literatürde, hizmet kalitesinin ölçülmesi, algılanması ve müşteri memnuniyetine etkisi üzerine yazılmış pek çok çalışma mevcuttur. Güllü ve Kuşderci çalışmalarında, Yurt-Kur'un öğrencilere verdiği hizmetlerin değerlendirmesini yapmış ve hizmet kalitesini artırılmasına yönelik birtakım önerilerde bulunmuştur (Güllü ve Kuşderci, 2011). Çiçek ve Doğan'ın servqual ölçeğini kullanarak kamu ve özel bankalarının üzerinde yaptığı çalışmada, her iki banka müşterilerinin algıladığı hizmet kalitesi düzeyi beklentilerinden düşük çıkmış, en yüksek algı ise güvence boyutunda yer almıştır (Çiçek ve Doğan, 2009). Zerenler ve Öğüt, sağlık sektöründe algılanan hizmet kalitesini ölçmek amacıyla anket uygulaması yaptığı çalışmasının uygulama alanını kamu ve özel hastaneler olarak seçmiş, elde ettiği verileri istatistiksel değerlendirmelere tabi tutarak çalışmasını hastane yönetimi ve çalışanlarına önerilerde bulunarak sonlandırmıştır. Özellikle özel hastanelerin hastayı bir gelir sağlayıcı unsur olarak görmemesi gerektiğini vurgulamıştır (Zerenler ve Öğüt, 2007). Servqual modeli kullanarak aile sağlığı merkezlerinin hizmet kalitesini ölçen Savaş ve Kesmez, Aile Sağlığı Merkezlerinin sunduğu hizmetin hastaların beklentilerini tam anlamıyla karşılamadığı sonucuna ulaşmıştır. En büyük farkın ise fiziksel özellikler boyutunda olduğu görülmüştür (Savaş ve Kesmez,2014). Tayyar ve Dilşeker, hizmet kalitesi ve imajın öğrencilerin memnuniyet düzeyindeki etkisini ölçmek amacıyla devlet ve vakıf üniversitelerinde anket yöntemini kullanarak bir çalışma yapmıştır. Çalışmada sadakat ve tavsiye üzerinde öğrenci memnuniyetinin etkili olduğu görülürken; öğrenci memnuniyetine etki eden değişkenlerin ise

hizmet kalitesi ve imaj olduğu ortaya koyulmuştur (Tayyar ve Dilşeker,2012). Yağcı ve Duman, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti ilişkisini hastane türlerine göre karşılaştırmıştır ve sonucunda; devlet hastanelerinde muayene öncesi hizmetlerin ve genel görünümün, özel hastanelerde var olan tüm boyutların, üniversite hastanelerinde ise hekimlik hizmetlerinden tetkik hizmetlerine kadar birçok boyutun hasta memnuniyetini önemli ölçüde etkilediği görülmüştür (Yağcı ve Duman,2006).

3. SERVQUAL MODELİ KULLANILARAK HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ

3.1. Araştırmanın Problemleri

Araştırmanın ana problemi, Uşak iline bağlı yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarında barınan öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesinin ne olduğu sorusudur. Bu ana araştırma problemimizin yanı sıra; yurt hizmetleri öğrencileri tatmin etmekte midir, hangi hizmetler memnuniyet barındırırken hangileri memnuniyetsizlik barındırmaktadır, yurtlar tarafından öğrencilerin beklentileri karşılanmakta mıdır, yurtların önerilmesini etkileyen faktörler nelerdir? gibi alt problemler de araştırmamızın problemi olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmada temel amaç, Uşak iline bağlı yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarının hizmet kalitesinin ölçülmesi şeklindedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, yurt müşterileri olan öğrencilerin ideal yurtlardan bekledikleri hizmet ile müşterisi oldukları yurtlardan algıladıkları hizmetler arasındaki farkların ortaya çıkartılarak, yurt işletmelerinin vermiş olduğu hizmetlerin öğrenciler tarafından algılanan hizmet kalitesi ve memnuniyet düzeylerinin ölçülmesidir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, yurt yöneticilerine yol göstermesi, yurt hizmetlerine ilişkin problemlerin saptanması ve çözülmesi, dolayısıyla yurt hizmetlerinin kalitesinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Ülkemizde gitgide artan yükseköğrenim gören kişi sayısına paralel olarak yurt hizmeti sunan kuruluşlar da artmaktadır. Yurtlarda hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik yapılan araştırmaların sayıca artırılması da ülkemize bu yönde büyük fayda sağlayacaktır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma Uşak İlindeki yükseköğrenim gören kız öğrencilere barınma hizmeti sunan yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarına yönelik yapılmıştır. Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Servqual modeli için PZB tarafından geliştirilen anket Güllü ve Kuşderci (2011) tarafından Yükseköğrenim Kredi Yurtlar Kurumu için uyarlanmış ve bu anket formu verilerin toplanması hususunda araştırmamızda da kullanılmıştır.

Anket formunda, araştırmamızın temel amaçlarına ulaşmamızı sağlayacak sorular dışında öğrencilerin demografik özelliklerini belirlememize yardımcı olacak sorulara da yer verilmiştir. Dört bölümden oluşan anketin ilk bölümünde yurtların yapılarına yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümünde yurtların özelliklerini ve önem derecelerini ölçen sorular yer almaktadır. Yurtların sunmakta olduğu hizmetler beşli likert yöntemi kullanılarak üçüncü bölümde, demografik faktör soruları ise dördüncü bölümde yer almaktadır. Anket formu hazırlandıktan sonra 25 kişi üzerinde bir ön teste tabi tutularak anketin geçerliliği test edilmiş ve son şekli verilerek anketteki soruların anlaşılır olup olmadığı araştırılmıştır. Ayrıca, anket formunun başında konuya ilişkin kısa bir bilgi verilmiş, sonucunda teşekkür metni yer almıştır.

Araştırma kapsamında, Uşak Üniversitesinde farklı bölüm ve fakültelerde okuyan kız öğrencilere üniversite yerleşkesi sınırları içerisinde 450 adet anket uygulanmış ve bunların 59 adet hatalı bulunduğu için dikkate alınmamıştır. Araştırma alanının geniş olması, yurtlarda hizmet satın alan öğrencilerin tümüne ulaşma konusunda birtakım zorluklar gündeme getirdiğinden, araştırmada belirlenen evren üzerinden bir örneklem alınma yoluna gidilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma sonucu toplanan verilere, amaçlar doğrultusunda bazı istatistikî yöntemler uygulanmıştır. Öncelikle demografik değişkenlerin gösterilmesi ve yorumlanması için frekanslar ile yüzdelikler hesaplanmıştır. Daha sonra faktör analizi uygulanmış ve öğrencilerin müşterisi oldukları yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarını tercih etme sebeplerinde etkili olan faktörler ortaya koyulmuştur. Son olarak da güvenilirlik analizi için her bir boyutun cronbach alfa değeri bulunmuştur. Analizlerin yapılmasında SPSS paket istatistik programı kullanılmıştır.

3.5. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmeleri

3.5.1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmada yer alan öğrencilerin demografik özellikleri kapsamında aylık gelirlerine, yaş gruplarına, ikamet edilen yerleşim alanlarına, hangi fakültede, kaçınıcı sınıfta ve hangi öğrenim türünde okuduklarına göre dağılımları Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1: Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Aylık Gelir	Frekans	%	Fakülte	Frekans	%
250 TL ve Aşağısı	62	15,8	İİBF	104	26,5
251-500 TL	225	57,4	Mühendislik	31	7,9
501-750 TL	63	16,3	İslami Bilimler	33	8,5
751 TL ve Üzeri	41	10,5	Eğitim	67	17,2
TOPLAM	391	100	Fen-Edebiyat	124	31,7
Yaş	Frekans	%	İletişim	22	5,6
18 ve daha az	23	5,9	Diğer	10	2,6
19-21 yaş arası	200	51,3	TOPLAM	391	100
22-24 yaş arası	142	36,2	Öğrenim Türü	Frekans	%
24 ve daha üstü	26	6,6	Normal Öğretim	233	59,6
TOPLAM	391	100	İkinci Öğretim	158	40,4
Sınıf	Frekans	%	TOPLAM	391	100
Hazırlık	5	1,3	İkamet Edilen Yerleşim Alanı	Frekans	%
1. Sınıf	121	30,9	Büyükşehir	157	40,2
2. Sınıf	55	14,0	Şehir	73	18,7
3. Sınıf	115	29,6	İlçe	104	26,6
4. Sınıf	95	24,3	Kasaba	15	3,8
TOPLAM	391	100	Köy	42	10,7
			TOPLAM	391	100

Araştırmanın örneklemini sadece kız öğrenciler oluşturduğundan cinsiyet faktörüne demografik faktörler arasında yer verilmemiştir. Dolayısıyla örneklem sayımız olan 450 kişinin tamamı kız öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaşları bakımından dağılımına bakıldığında ilk sırada % 51,3 ile 19-21 yaş aralığı, son sırada ise % 5,9 ile 18 ve daha altı yaş grubu yer almaktadır. Öğrencilerin aylık gelirlerinde ise ilk sırada, büyük bir farkla % 57,4 ile 251-500 TL varken, son sırada tahmin edilebileceği gibi 751 TL ve üzeri grubu yer alır. Elde edilen bu veriler de bize yurtlarda kalan öğrencilerin maddi durumlarının çok da iyi olmadığını göstermektedir. Öğrencilerin sınıflarına bakıldığında yine yaş ile orantılı olarak 1. Sınıf grubu % 30,9 ile ilk sırada yer alırken, % 1,3 ile en az yüzdeliğe sahip olan grup hazırlık sınıfıdır. Öğrenim türüne bakıldığında ise çok büyük bir fark olmamakla birlikte normal öğretim gören öğrencilerin yurtları daha çok tercih ettiği kanısına varabiliriz. Normal öğretim % 59,6 iken,

ikinci öğretim % 40,4 olarak sonuç vermiştir. Yurtta kalan öğrencilerin en fazla okuduğu fakülte % 31,7 ile Fen-Edebiyat Fakültesi olurken, en az okudukları fakülte % 2,6 diğer başlığında topladığımız (Güzel Sanatlar Fakültesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Spor Bilimleri Fakültesi ve Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi) fakültelerdir. Son olarak, ikamet edilen yerleşim alanı olarak ilk sırada % 40,2 ile büyükşehir, son sırada % 3,8 ile kasaba yer almaktadır.

3.5.2. Uşak İlindeki Kız Öğrenci Yurtlarından Alınan Hizmetlerin Öğrenciler Tarafından Algılanmasında Etkili Olan Faktörler

Öğrencilerin Uşak ilindeki yükseköğretim kız öğrenci yurtlarında sunulan hizmetleri algılamalarında etkili olan faktörleri ortaya çıkarmak için geliştirilen 22 adet değişken faktör analizi yapılarak yeni boyutlara atanmıştır. Analiz sürecinde kullanılan yöntem varimax yöntemidir ve analiz sonucu özdeğeri 1'in üzerinde çıkan altı adet faktör bulunmuştur. Özdeğeri 1'in üzerinde çıkan faktörler toplam varyansın % 60'ını açıklamaktadır ki bu oran araştırmalar için arzu edilen bir orandır. 0,895 olarak bulunan KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testi, faktör analizi yapılan örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir. Verilerin kendi iç tutarlılığını ölçmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmış ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,868 olarak ortaya koyulmuştur. Ayrıca her bir faktöre ait güvenilirlik katsayıları da çıkarılmış ve Tablo 2'da gösterilmiştir.

Alfa katsayısı değerlendirilirken değerlendirme ölçütleri 0,00 ile 1,00 arasındadır. 0,00-0,40 arasında bulunan ölçek güvenilir değildir, 0,40-0,60 arasında bulunan ölçeğin güvenilirliği düşüktür, 0,60-0,80 arasında bulunan ölçek oldukça güvenilir iken 0,80-1,00 arasında bulunan ölçek yüksek derecede güvenilir (Filiz, 2011: 40).

Faktör analizi ile belirlenen beş faktör ve faktör yükleri Tablo 2'de gösterilmektedir. Faktörleri oluşturan değişkenler dikkate alınarak adlandırılan faktörler: empati (ulaşılabilirlik, iletişim, müşteri anlama), kolaylaştırıcı imkânlar, fiziksel uygunluk, heveslilik ve konfordur.

Tablo 2: Öğrencilerin Verilen Hizmetleri Algılama Faktörleri

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Cronbach's Alfa Katsayısı
<i>Faktör 1: Empati</i>		,782
Yurtlara şehirden ulaşım kolaydır.	,551	
Yurt kampüsünün aydınlatması yeterlidir.	,530	
Yurt giriş saatleri öğrenci için uygundur.	,481	
Yurt kampüsünün dış görünüşü güzeldir.	,496	
Yurtta yöneticiler öğrencilere düzeyli davranmaktadırlar.	,692	
Yurtta istek ve şikâyetler yöneticilerce dikkate alınmaktadır.	,549	
Yurttaki yöneticiler öğrencilere güven vermektedir.	,620	
Yurttaki yöneticiler kibar ve güler yüzlüdür.	,646	
<i>Faktör 2: Kolaylaştırıcı İmkânlar</i>		,731
Yurttaki çamaşırhane hizmetleri yeterlidir.	,715	
Yurtta öğrencilerin sosyal-sportif faaliyetleri yapacakları alanlar mevcuttur.	,751	
Yurtta sunulan hizmetlerin fiyatları makul seviyededir.	,572	
Yurttaki internet hizmetleri yeterlidir.	,706	
<i>Faktör 3: Fiziksel Uygunluk</i>		,786
Yurtta kaldığım blok rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir.	,812	
Yurtta temizlik ve hijyen yeterlidir.	,554	
Yurt rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir.	,798	

Yurttaki odaların fiziki donanımı yeterlidir.	,565	
Faktör 4: Heveslilik		,678
Yurtta kuaför hizmetleri yeterlidir.	,644	
Yurtta rehberlik ve danışma hizmetleri yeterlidir.	,678	
Yurtta psikolojik sorunlarla yeterince ilgilenilmektedir.	,797	
Faktör 5: Konfor		,609
Yurtta ısınma problemi yoktur.	,709	
Yurtta 24 saat sıcak su verilmektedir.	,741	
Yurtların bina içi aydınlatması yeterlidir.	,619	

Empati (Faktör 1): Empati faktörü, 8 adet değişkenden oluşmaktadır. Faktörü oluşturan değişkenler, ulaşılabilirliği, iletişimi ve müşteri anlamayı içinde barındırdığından empati olarak ifade edilmiştir. Faktöre en büyük katkıyı 0,692 faktör yükü ile “Yöneticilerin öğrencilere düzeyli davranması” değişkeni sağlamaktadır bu değişken aynı zamanda faktörün en güçlü değişkenidir. Faktöre en az katkıyı sağlayan değişken ise 0,482 ile “Yurt giriş saatleri öğrenci için uygundur” değişkenidir. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla;

- 0,551 faktör yükü ile “Yurtlara şehirden ulaşım kolaydır”
- 0,530 faktör yükü ile “Yurt kampüsünün aydınlatması yeterlidir”
- 0,496 faktör yükü ile “Yurt kampüsünün dış görünüşü güzeldir”
- 0,549 faktör yükü ile “Yurtta istek ve şikâyetler yöneticilerce dikkate alınmaktadır”
- 0,620 faktör yükü ile “Yurttaki yöneticiler öğrencilere güven vermektedir”
- 0,646 faktör yükü ile “Yurttaki yöneticiler kibar ve güler yüzlüdür”

Bu faktöre ait değişkenlerin iki tanesi hariç diğer değişkenlerin faktör yükleri %50'nin üzerindedir.

Kolaylaştırıcı İmkânlar (Faktör 2): Bu faktör, 4 adet değişkenden oluşmaktadır. Faktörü meydana getiren değişkenler kolaylaştırıcı imkânlardan (çamaşırhane, internet vb.) oluşmaktadır. Faktöre en büyük katkıyı 0,751 faktör yükü ile “Yurtta öğrencilerin sosyal-sportif faaliyetleri yapacakları alanlar mevcuttur” değişkeni sağlarken, faktöre en az katkıyı 0,572 faktör yükü ile “Yurtta sunulan hizmetlerin fiyatları makul seviyededir” değişkeni sağlamaktadır. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla;

- 0,715 faktör yükü ile “Yurttaki çamaşırhane hizmetleri yeterlidir”
- 0,706 faktör yükü ile “Yurttaki internet hizmetleri yeterlidir”

Bu faktörlere ait değişkenlerin hepsi %50'nin üzerindedir.

Fiziksel Uygunluk (Faktör 3): Üçüncü faktörümüz olan fiziksel uygunluk da 4 adet değişkenden oluşmaktadır. Faktörü oluşturan değişkenler fiziksel uygunluk başlığı altında toplanmıştır. Faktöre en fazla katkıyı sağlayan 0,812 faktör yükü ile “Yurtta kaldığım blok rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir” değişkeni olurken, faktöre en az katkıyı sağlayan 0,554 faktör yükü ile “Yurtta temizlik ve hijyen yeterlidir” değişkenidir. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla;

- 0,798 faktör yükü ile “Yurt rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir”
- 0,565 faktör yükü ile “Yurttaki odaların fiziki donanımı yeterlidir”

Bu faktörlere ait değişkenlerin hepsi %50'nin üzerindedir.

Heveslilik (Faktör 4): Heveslilik faktörü 3 değişkenden oluşmaktadır. Faktörü oluşturan değişkenler heveslilik başlığı altında toplanmıştır. Faktöre en fazla katkıyı sağlayan

0,797 faktör yükü ile “Yurtta psikolojik sorunlarla yeterince ilgilenilmektedir” değişkeni iken en az katkıyı 0,644 faktör yükü ile “Yurtta kuaför/berber hizmetleri yeterlidir” değişkeni olmuştur. Bu iki değişken dışında kalan son değişkenimiz ise 0,678 faktör yükü ile “Yurtta rehberlik ve danışma hizmetleri yeterlidir” değişkenidir. Bu faktörlere ait değişkenlerin hepsi %50'nin üzerindedir.

Konfor (Faktör 5): Son faktörümüz olan konfor faktörü de 3 değişkenden oluşur ve bu üç değişken konfor başlığı altında toplanmıştır. Faktöre en fazla katkıyı sağlayan 0,741 faktör yükü ile “Yurtta 24 saat sıcak su verilmektedir” değişkeni olurken, en az katkıyı sağlayan değişken 0,619 faktör yükü ile “Yurtların bina içi aydınlatması yeterlidir” değişkenidir. Kalan son değişken ise 0,709 faktör yükü ile “Yurtta ısınma problemi yoktur” değişkenidir. Yine bu faktörlere ait değişkenlerin hepsi de %50'nin üzerinde çıkmıştır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hizmet sektöründe meydana gelen hızlı gelişmeler ve ilerlemeler hizmetlerin önemini artırmaktadır. Günümüzde hizmet kalitesi ve müşteriye memnun etme odaklı çalışmalar büyük önem taşımaktadır. Yurtlarda verilen hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl algılandığını bilmek ve değerlendirmek, müşteriyle empati kurabilmek ve sürekli bir iletişim içerisinde olmak, müşteri memnuniyet ölçümleri uygulamak, hizmetlerin geliştirilebilmesi için önemlidir.

Bu araştırma Uşak ilindeki yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarında verilen hizmetlerin algılanması, hizmet kalitesinin artırılması ve buna bağlı olarak memnuniyetsizlik düzeylerinde önlem alınması konularında faydalı olacaktır. Yurtlar öğrencilerin barınmalarına, beslenmelerine, güvenliklerine, sosyal ve kültürel yönden gelişimlerine katkıda bulunmak amacıyla kurulmuş işletmelerdir. Verilen hizmetlerin kalitesi ile öğrenci tatmini kavramları ilişkilendirilmiş ve hizmet kalitesinin öğrencilerde oluşturduğu tatmin yapılan analizlerle test edilmiştir. Hizmet kalitesi ve tatmin düzeylerini belirlemek amacıyla uygulanan hizmet kalitesi tatmini ölçeğinin, güvenilirliği ölçülüp demografik değişkenlerin gösterilmesi ve yorumlanması için frekanslar ile yüzdellikler hesaplanmıştır.

Analiz sonuçlarına bakıldığında, yaşları itibariyle öğrencilerin çoğunluğu 19-21 yaşları arasındadır ve % 51,3 oranındadır. Yurtta kalan öğrencilerin büyük çoğunluğunun ailelerinin düşük gelir grubunda oldukları, ikamet ettikleri yerleşim alanı itibariyle büyükşehirden olduğu sonucu çıkmıştır. Öğrencilerin ortaya koyduğu ortalamalara 22 değişken ile bakıldığında genel olarak olumlu değerlendirildiği görülmektedir. Empati faktörü içerisindeki değişkenler diğer dört faktörün içerdikleri değişkenlere göre daha geride kalan sonuçlar ortaya koymuştur. Bu beş faktör içerisinde en fazla iyileştirmenin yapılması gereken faktör empati faktörüdür. Yurt görevlilerinin düşük değerlendirmelere sebep olan tüm özellikler üzerine daha fazla eğilmeleri ve gerekli çalışmaları yapmaları gerekmektedir. Araştırma sonuçlarına ve değişkenlere dayanarak Uşak ilindeki yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarında barınan öğrencilerin memnuniyetini artırmaya yönelik şu öneriler getirilebilir;

- Yönetimsel özellikleri içeren değişkenler genelde olumlu karşılanmıştır. Buna rağmen yurt idaresinin öğrencilerle daha sağlıklı ve sürekli bir iletişim içinde olması empati faktörü için gereklidir. Sürekli ve samimi bir iletişimin de ancak güler yüz ve sevgi saygı ile sağlanabileceğinin farkında olunmalıdır. Yurt idaresi öğrencilerle buna uygun düzeyli bir ilişki içinde olabilmelidir. Öğrencilerin istek ve şikâyetleri dikkate alınmalı istek ve şikâyet kutuları ile öğrencilerin talep ve şikâyetleri ivedilikle çözüme kavuşturulmalıdır. Yurt kampüsüne ulaşım imkanları, yurt kampüsüne ait alanların aydınlatmaları ve yurt kampüsü dış görünümünün iyileştirilmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Öğrencilerin çözüm beklemedikleri bir diğer husus ise yurt giriş-çıkış saatlerinin daha esnek hale getirilmesidir.
- Öğrencilerin kaldıkları yurtlardan aldıkları çeşitli hizmetlere yönelik algılama değerleri göz önüne alındığında öğrenciler genel hatlarıyla hizmetlerden memnundur. Buna rağmen çamaşırhane, kuaför, sosyal-sportif faaliyetler, internet ve alınan

hizmetlerin fiyatları konusunda mevcut durumdan daha iyi bir pozisyon olarak alt yapı güçlendirilmelidir. Uygun bölümlerde fiziki yeterlilik dahilinde bilgisayar odaları, sinema salonları, konferans salonları, açık-kapalı spor alanları vb. kullanıma açılmalıdır. Söz konusu tüm bu hizmetlerden daha iyi yararlanabilmesi için öncelikle öğrenciler, verilen hizmetler hakkında duyuru panoları, varsa web sayfası yada sosyal medya sayfalarından sürekli olarak bilgilendirilmelidir. Farklı öğrenci profilleri belirlenerek öğrencilerin beklentileri karşılanmalıdır.

- Yurt hizmetlerinden yararlanan öğrenciler çoğunlukla kaldıkları blokları kalabalık bulmamıştır. Fakat kaldıkları odalardaki fiziki donanımları eksik ve yetersiz bulmuşlardır. Dolayısıyla fiziki imkanlar iyileştirilmeli, fiziksel ve psikolojik risk faktörlerinden uzak ergonomik bir çalışma ve ortak yaşam alanları tesis edilmelidir. Öğrenciler 24 saat sıcak su ve ısınma noktasında olumlu algı düzeyine sahip olmalarına rağmen tesisat ve kazan bakım ve onarımlarının düzenli aralıklarda yapılması aksatılmamalıdır. Öğrencilerin yurt temizliği ve hijyen konusundaki düşük kalite algılarını iyileştirici önlemler alınmalıdır. Temizliğin odalar- wc-banyo vb. alanlarda 24 saat sürekli aralıklarda kontrolü sağlanmalıdır.
- Yurt işletmelerindeki değişkenlerden bir tanesi de yurtlarda rehberlik ve danışma hizmetleridir. Karşılaşılan sorunların çözümüne yönelik yaklaşım şekilleri öğrenciler tarafından genellikle olumlu karşılanmıştır. Karşılaşılabilecek her türlü soruna yönelik tecrübeli personelin sayısının artırılması, kişisel bilgilerin ve varsa öğrencilerin psikolojik sıkıntılarının takip edilmesi öğrenciler üzerindeki olumlu algıyı daha üst noktalara taşıyacaktır.

Çalışma uygulamasının Uşak ilindeki özel ve devlet yükseköğrenim kız öğrenci yurtlarında barınan öğrenciler üzerinde yapılmasından kaynaklı Türkiye'ye genellenemez. Fakat araştırma sınırlı bir çerçevede gerçekleşmiş olsa da varılan sonuçlar, daha sonra bu konuda yapılacak olan çalışmalara yol gösterebilecek niteliktedir. Gelecekte bu türden çalışmaların tekrar edilmesi ve sonuçlarının karşılaştırılarak yorumlanması, yükseköğrenim öğrenci yurtlarının öğrencilerini memnun etme derecesine katkı sağlaması açısından yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aksoy, R. (2005) Zonguldak'ta Ayakta Tedavi Tüketicilerinin Sağlık Hizmeti Kalite Değerlemesi, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,1(1), 92-104.
- Çiçek, R. ve Doğan, İ. C. (2009) Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1), 199-217.
- Değermen, H. A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Filiz, Z. (2011) Servqual Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi , *International Journal of Research and Development*, 3(1), 38-49.
- Güllü, K. ve Kuşderci, S. (2011). Yükseköğrenim ve Kredi Yurtlar Kurumunun Verdiği Hizmetlerin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması: Sivas Yurtkur Örneği ,*Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(1), 185-209.
- Gülmez, M. ve Kitapçı, O. (2008) Hastane Hizmet Kalitesi ve Bir Uygulama , *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 165-186.
- İslamoğlu, A. H., Candan, B., Haciefendioğlu, Ş. ve Aydın, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Karahan, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Odabaşı, Y. (2006). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)*, Sistem Yayınları, İstanbul.

- Okumuş, A. ve Duygun, A. (2008) Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki , *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 17-38.
- Örs, H. (2007). *Hizmet Pazarlama Etkinliği ve Kalite*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988) Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Saat, M. (1999) Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi ,*Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(3), 107-118.
- Savaş, H. ve Kesmez, A. G. (2014) Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile Ölçülmesi: Aile Sağlığı Merkezleri Üzerine Bir Araştırma, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 1-13.
- Tayyar, N. ve Dilşeker, F. (2012) Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 184-204.
- Yağcı, M. İ. ve Duman, T. (2006) Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*,7(2), 218-238.
- Zerenler, M. ve Öğüt, A. (2007) Sağlık Sektöründe Algılan Hizmet Kalitesi ve Hastane Tercih Nedenleri Araştırması: Konya Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 501-519.