

**Kamuda Hizmet Kalitesi ve Demografik Faktörlerle İlişkisi
Bir Uygulama Çalışması**

Yücel Erol¹, Murat Aksu²

Özet

Bu çalışmada kamuda hizmet kalitesi algısı ve demografik faktörlerle ilişkisini belirlemek amacıyla uygulamalı bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışma da amaç, kamunun sunmuş olduğu hizmet kalitesi ile hizmeti alan vatandaşların memnuniyet derecesi algılarını cinsiyet, medeni durum, yaş ve meslek özellikleri açısından karşılaştırmaktır. Konu ile ilgili olarak Turhal Tapu Sicil Müdürlüğü'nden hizmet alan 500 kişiye uygulanan anket verilerinin değerlendirilmesi yapılarak hizmet kalitesi algısı ölçülmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kamu Hizmeti, Hizmet, Kalite, Hizmet Kalitesi

**The Quality of Public Services and a Run Relationship Between
Demographic Factors**

Abstract

In this study, the perception of the quality of public service and the relationship between demographic factors, a study was conducted to determine the application. The purpose of this study, quality of service offered by public perceptions of the degree of satisfaction with the service of the citizens of gender, marital status, age and occupational characteristics to compare. Directorate of Land Registry services related to the subject as a Turhal 500 people applied to the perception of service quality is measured by the evaluation of survey data.

Key words: Public Service, Quality, Service Quality

GİRİŐ

Günümüzde hizmet sektöründe artan rekabetle birlikte hizmet kalitesinin önemi de artmıştır. Rekabete ayak uydurmak isteyen firmalar kalitelerini artırmak zorunda kalmıştır. Kamu sektöründe ise amaç farklı olmasına rağmen karşılaşılan sonucun aynı olduğu görülmektedir. Küreselleşme

¹ Yrd.Doç.Dr.,Gaziosmanpaşa Üniversitesi,İ.İ.B.F,İşletme Bölümü, yerol@gop.edu.tr

² İşletme ABD Yüksek Lisans Öğrencisi, maksu@hotmail.com, Tokat

süreci, devletin küçültülmesini beraberinde getirirken, yönetimdeki yeni anlayışlar, halkın devletten beklentilerini de bir ölçüde arttırmıştır. Günümüzde devletten beklenen hizmetlerin kaliteli olması istenmektedir.

Kamu sektöründe özelleştirme ve yerel yönetimlere yetki devriyle birlikte halkın daha kaliteli hizmet sunumu bekleme talepleri de artmış bulunmaktadır. Kamu sektörünün bilgi teknolojilerinin getirdiği hızlı ve etkin hizmet sunma imkânlarından kendisini alıkoyması, bu gelişmelerin dışında kendisini tutması mümkün değildir (Sezer,2008).

Bu uygulama ile kamu sektöründeki hizmetlerden faydalanan vatandaşların algıladıkları hizmet kalitesi yargıları demografik özellikleri açısından ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında kamu sektöründe hizmet vermekte olan Turhal Tapu Sicil Müdürlüğü seçilmiştir. Yapılan anket uygulamasında bulunan veriler yorumlanıp kamu sektöründe hizmet kalitesinin verimliliği araştırılmıştır.

Hizmet Kavramı ve Özellikleri

Literatür taramasında hizmet ile çok sayıda tanım yapıldığı gözlenmektedir. Hizmetin değişik yazarlar tarafından yapılan bazı tanımları şöyledir:

Hizmetler, zaman, yer, biçim ve psikoloji bakımından fayda sağlayan ekonomik faaliyetlerdir (Parasuraman, Zeitahml, Berry, 1985: 41). Hizmet, üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir performans, sosyal olay ve çaba olarak tanımlanabilir (Uyguç,1998:8).Hizmet, insan ve makineler tarafından insan gayretiyle üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan ve fiziksel olmayan ürünlerdir (Karahana, 2000: 21).

Amerikan Pazarlama Birliği'ne göre hizmet, satış amacıyla sunulan veya ürünlerin satışı ile bağlantılı olarak ortaya konulan eylemler, faydalar veya tatminlerdir. Bu tanım uzun yıllar genel kabul görmesine rağmen mal ve hizmetler arasında belirgin bir ayrım yapmamasından ötürü etkisiz hale gelmiştir. Bu eksikliği gideren bir tanıma göre ise hizmet, ayrı ayrı teşhis edilebilen, istekleri tahmin eden ve gerçekte fiziksel olarak dokunulması mümkün olmayan (soyut) faaliyetlerdir (Cowell,1991: 22). Hizmetler, soyut olma özelliğine sahip ve alındığında herhangi bir soyut mala sahip olmakla sonuçlanmayan, satış için sunulan faaliyetler ve faydalardan meydana gelen ürün çeşsidir (Kotler ve Armstrong, 2001: 291).

Hizmet "bir kişi veya kuruluşun bir diğer kişi veya kuruluşa sunduğu elle tutulamaz bir faaliyet veya yarar" olarak tanımlanmaktadır (Karafakioğlu,1998: 100).Hizmet, başka biri için iş icra etmektir (Goetsch ve Davis, 1998: 104). Hizmet, tüketicici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen maddi niteliği olmayan bir üründür (Kuriloff, Hemphill, Cloud, 1993: s.247).

Amerikan Pazarlama Birliği hizmeti 10 kategoride sınıflamaktadır. Bunlar (Öztürk,1998:2); Sağlık hizmetleri, finansal hizmetler, profesyonel hizmetler (avukatlık, muhasebecilik, mimarlık gibi), konaklama, seyahat ve turizm hizmetleri, spor, sanat ve eğlendirme hizmetleri, kamusal, yarı kamusal, kâr amacı gütmeyen hizmetler fiziksel dağıtım ve kiralama hizmetleri, telekomünikasyon hizmetleri, kişisel bakım ve onarım hizmetleridir.

Kalite

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve giderek artan rekabet, organizasyonları değişime zorlamakta ve ayakta kalabilmek için kaliteli mal ve hizmet üretmeye zorlamaktadır. Bu çerçevede "kalite" bir keyfiyet değil, bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Kalite, her Őeyden önce rekabet gücünü belirleyen en etkili araçlardan biridir. Bugün için kalite denildiğinde bundan sadece mal ve hizmet kalitesi değil, organizasyonda ürün ve hizmetin ortaya çıkmasında etkili olan tüm faktörler (Liderlik kalitesi, yönetim kalitesi, sistem kalitesi, insan kalitesi, donanım kalitesi vs.) anlaşılmaktadır (Aktan,1997:56-61).

Kalite, geçmişte de var olan bir olgu olmasına karşın, günümüzde insanların ve kurumların en fazla değer biçtikleri konulardan birisi olmuştur. Bugünün küresel rekabet ortamında, gerek özel gerekse de kamu kuruluşlarının öncelikli hedeflerini kalite düzeylerini ve standartlarını geliştirmek oluşturmaktadır. Bunda etkili olan en önemli olan etkenler şüphesiz, kurumların ürün ve hizmetlerini sürekli gelişime odaklı biçimde geliştirmeleri ve artan yoğun rekabet ortamıdır. Kalite kavramını ele alan kalite guruları, kavramın farklı boyutlarına vurgu yapmışlardır. Kalitenin öncülerinden bazılarının kalite kavramına ilişkin görüşleri ise řu şekildedir.

"Kalite, amaca uygunluk ve en düşük maliyetle ve pazara uygun şekilde tahmin edilebilir ve güvenilir istikrar düzeyidir"(Deming). "Kalite, kullanıma uygunluktur" (Juran). "Kalite, ihtiyaçlara uygunluktur"(Crosby). "Kalite, ürünün sevk edildiği zamandan topluma ulaşıncaya kadar verilen kayıptır" (Taguchi).

“Kalite, en ekonomik, en kullanışlı ve tüketicuyu daima tatmin eden kaliteli ürünü geliştirmek, tasarımı yapmak, üretmek ve satış sonrası hizmetlerini vermektir” (Özdemir,2007).Kalite, sosyal ve ekonomik hayatta şirket, devlet ve tüketici için önemli bir unsur ve amaçtır. Bugün için önemli olan bir tüketici politikası ve rekabet hedefi, pazara sürülen ürün ve hizmetlerin belli bir kaliteye sahip olmasını sağlamaktır. Bu ise toplumun her kesimini ilgilendirmektedir (Önce, 1988: 24).

Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi, verilen hizmetin tüketici beklentilerini tatmin düzeyinin bir ölçüsü olarak değerlendirilmektedir. Buna göre, hizmet kalitesi "verilen hizmet seviyesinin müşteri beklentileri ile ne kadar iyi eşleştiğinin ölçüsü" (Erkut, 1995: 12) veya "tüketici beklentilerine uygunluk" (Varinli,1996:94) şeklinde tanımlanabilir. Sonuçta kaliteli hizmet, müşteri beklentileri ile uyumlu hizmet anlamına gelir. Hizmet kalitesi ile ilgili olarak pazarlama literatüründe birçok tanım bulunmaktadır. Bunun en önemli nedeni, kalite gibi hizmet kalitesinin de çok boyutlu bir kavram olması, kesin bir tanımın yapılmasının zorluğudur (Değermen, 2006: 21). Teas (1993: 27) hizmet kalitesini, performans ve ideal standartlar arasındaki kıyaslama olarak tanımlamıştır. Hizmet emek yoğun olduğundan hizmeti verenden bir diğeri değışiklik göstermektedir. Hizmetin kalite ve içeriğinde; kişilere, zamana ve ortama göre büyük dalgalanmalar ve değışiklikler görülmesi doğaldır. Hizmetleri standartlaştırmak olanaksızdır. Hizmetleri envantere geçirip stoklama olanağı yoktur (Malhan ve Özgülbaş, 1999: 116).

Parasuraman, Berry ve Zeithaml hizmet kalitesini, beklenen hizmet ve algılanan hizmet performansının karşılaştırılması olarak tanımlamışlar ve hizmet kalitesini, hizmetin üstünlüğüne dair global karar ve tutumlar olarak değerlendirmişlerdir (Parasuraman, Berry ve Zeithaml 1985:42). Hizmet kalitesi, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermek ise müşteri beklentilerinin karşılanabilmesidir. Hizmet kalitesi ile ilgili yapılan tanımların tamamında hizmet kalitesini belirleyen en önemli unsurun müşteri beklentileri olduğu görülmektedir (Odabaşı,2001: 93).

Hizmet sektöründe insan gücünden daha fazla yararlanılması sebebiyle, hizmet kalitesini standardize etmek zordur. Hizmetlerin kalitesi her müşterinin kaliteye bakışına bağılıdır. Bu bakış açısı müşterinin beklentileri, durumsal

faktörler v.b. gibi unsurlardan etkilenir.”Yani tüketicilerin satın aldıkları hizmete ödedikleri bedel, hizmetin fiziksel unsurları ve rakip firmanın performansının ortak biçimde etkili olduğu ileri sürülmektedir (Bell, 1983:102).

Hizmet kalitesi, hizmetin özelliklerinden dolayı farklılaşmaktadır. Mal üretiminde kalite kontrolün bir maliyeti olmaktadır. Fakat hizmet üretiminde hatalı hizmet sunumundan dolayı müşterinin hizmet firmasını kalitesiz olarak değerlendirmesi ve uzaklaşmasının maliyeti daha yüksek olmaktadır. Kaliteye ilişkin değerlendirmeler sadece hizmet çıktısına bakarak yapılmamaktadır. Aynı zamanda hizmet sunumu sürecinin değerlendirilmesini de içermektedir. Yani tüketiciler hizmetin sunucunu değil, hizmetin verilış şeklini de değerlendirmektedirler. Yararlanılan hizmet bir bütündür (Bulgan ve Gürdal,2005).

Kamuda Hizmet Kavramı

Kamu hizmeti içeriği zaman ve yere göre değişen bir kavramdır. Değişken bir kavram olmasına rağmen merkezi idarenin ağırlıklı olduğu (Fransa, Türkiye gibi) ülkelerde bu kavram birbirine oldukça yakın biçimde anlaşılmaktadır. Buna göre kamu hizmeti; “Devlet veya diğer kamu tüzel kişileri tarafından veya bunların gözetim ve denetimi altında genel, kolektif ihtiyaçları karşılamak, kamu yararını sağlamak için kamuya sunulmuş olan devamlı ve muntazam faaliyetlerdir” (Onar, 1996: 13).Bir hizmetin kamu hizmeti sayılabilmesi için en az iki koşulun gerçekleşmesi gerekir. Bunlardan biri, hizmetin kamuya yöneltilmiş ve kamuya yararlı olması; diğer de hizmetin kamu kuruluşlarınca ya da ilgili kamu kuruluşunun sıkı gözetimi ve denetimi altında özel hukuk kişilerince yürütülmesidir. Kamu hizmeti, idari işlem, idari sözleşme, kamu malı gibi kimi kavramların ve genel olarak yönetim hukukunun uygulama alanı ile yönetsel yargının görev alanının belirlenmesinde yardımcı olan bir ölçüt kavramdır. Kamu hizmeti kimi zaman “ kamuya sağlanan hizmetler” kimi zaman da “kamu kuruluşları” anlamında kullanılır (Bozkurt,1998: 128-129).Kamu hizmeti devletin varlık nedeni olarak görülmektedir. Kamu hizmeti idari faaliyetin etrafında cereyan etmekte ve idarenin yapmakla yükümlü olduğu bir faaliyet olarak kabul edilmektedir (Giritli ve Akgüner, 2006: 27).

Bir hizmetin kamu hizmeti sayılabilmesi için en az iki koşulun gerçekleşmesi gerekir. Bunlardan biri, hizmetin kamuya yöneltilmiş ve kamuya yararlı olması; diğer de hizmetin kamu kuruluşlarınca ya da ilgili kamu kuruluşunun sıkı gözetimi ve denetimi altında özel hukuk kişilerince

yürütülmesidir. Kamu hizmeti, idari işlem, idari sözleşme, kamu malı gibi kimi kavramların ve genel olarak yönetim hukukunun uygulama alanı ile yönetsel yargının görev alanının belirlenmesinde yardımcı olan bir ölçüt kavramdır. Ancak belirsiz bir kavram olan kamu hizmeti kavramı ile devleti bu şekilde tarif etmek günümüz şartlarında farklı değerlendirmelere yol açabilir. Eğer devlet kamu hizmeti sunmak için var ise ve varlığı kamu hizmetine dayandırılıyorsa, sunduğu kamu hizmetleri ölçüsünde varlığı kabul edilecektir. Yeterli kamu hizmeti sunmadığı zaman yetersiz bir devlet, çok ve etkili hizmet sunabiliyorsa güçlü devlet, niteliksiz ve az hizmet sunabiliyorsa zayıf devlet sonuçları ortaya çıkabilir (Kavruk, 2002: 15).

Kamu Hizmetlerinde Kalite Kavramı

Kalite kavramı günümüz toplumunun ve toplumsal kurumlarının en önemli sloganı haline gelen kavramlarından birisidir. Küreselleşme süreci, devletin küçültülmesini beraberinde getirirken, yönetimdeki yeni anlayışlar, halkın devletten beklentilerini de bir ölçüde arttırmıştır. Günümüzde devletten beklenen hizmetlerin kaliteli olması istenmektedir. Kamu sektöründe özelleştirme ve yerel yönetimlere yetki devriyle birlikte halkın daha kaliteli hizmet sunumu bekleme talepleri de artmış bulunmaktadır. Kamu sektörünün bilgi teknolojilerinin getirdiği hızlı ve etkin hizmet sunma imkanlarından kendisini alıkoyması, bu gelişmelerin dışında kendisini tutması mümkün değildir. Günümüzde, üretim ve bilgi teknolojisindeki gelişim zihinlerde ve pazarlarda kalitenin üstünlüğünü getirmiştir. Kalite kavramı ise, pahalı, lüks ve standart olarak görülmekten çıkmış ve düşünme tarzı, çalışma yöntemi, yaşama biçimi, iç müşteri tatmini (çalışanlar) ve dış müşteri (ara ve son tüketiciler, halk ya da seçmenler) tatminine dönüşmüştür. Bu açıdan, üreticilerin ne üretirsem satarım anlayışı, 1970’li yıllardan sonra satabildiğini üreten ya da müşteri isteklerine uygun şekilde üretime dönüşmüştür. Yine aynı şekilde hizmet üreten kuruluşlar da (bir iktidar partisi, valilik, belediye, hastane, okul, tapu müdürlüğü, vergi dairesi v.b) bugüne kadar ürettikleri hizmeti, müşterisinin (halk, seçmen) istediği ve memnun olduğu kaliteli hizmete dönüştürmek durumunda olmaktadır (Peker, 1996: 43).

Vatandaş memnuniyetini ve kaliteyi esas alan yeni kamu yönetimi anlayışının da en önemli yapıtaşlarından birisi kamu hizmetlerinde kalite ve müşteri/vatandaş odaklılıktır. Kaliteli kamu hizmeti, günümüz toplumunda halkın en önemli beklentilerinden biridir. Kamu sektörünün, özel sektörün başarılı uygulamalarında olduğu gibi bir hizmet sunması beklenmektedir. Kamu

kuruluşları özel işletmelerin ortaya koyduğu kalite ve maliyet standartlarını tutturmak zorundadır. Bu açıdan tüm kuruluşların değerlendirildikleri standartlar bulunmaktadır. Kamu kurumlarının bu standartlara ulaşamadığı zaman hayatta kalabilmeleri zor olmaktadır (Gözlü,1996:48).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket ifadeleri konuyla ilgili literatürdeki çeşitli çalışmalardan taranarak derlenmiştir. Araştırmada uygulanan anket iki ayrı bölümden oluşmaktadır.

Birinci kısımda vatandaşların memnuniyet düzeyleri llmeye çalışılmıştır. Vatandaş memnuniyetini ölçmek üzere hazırlanan ifadeler beşli likert lğine göre hazırlanmıştır. Katılımcılardan bir ile beş arasında kendilerine en uygun şıkkı işaretlemleri istenmiştir. (1:Hiç memnun değilim, 2: Memnun değilim, 3:Ne memnunum ne değilim, 4: Memnunum, 5: Çok memnunum). İkinici kısımda cinsiyet medeni durum yaş meslek gibi kişi hakkında bilgi sahibi olunacak sorular yöneltilmiştir.

Araştırma ile ilgili anket formları, Turhal Tapu Sicil Mdrlğinde işlem yaptırmaya gelen vatandaşlara bankoda verilerek doldurulmuştur. Anket formunu doldurma süresi ortalama 3 dakika olup, anket 2 aylık bir süreçte gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Hipotezleri;

H₁.Vatandaşların hizmetkalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir.

H₂.Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri medeni duruma göre farklılık gösterir.

H₃.Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri yaş aralığına göre farklılık gösterir.

H₄.Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri iş durumuna göre farklılık gösterir.

H₅.Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri ile TSM'ye ilk gelişleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Evren ve rneklem

Turhal ilçesinde 18 yaşını geçmiş olan yaklaşık otuz bin kişi bulunmaktadır. Araştırmanın evrenini 2010 yılı 1.ayı ile 9.ay ı arasında Turhal Tapu Sicil Müdürlüğü'nde işlem yaptıran 7000 kişi oluştırmaktadır. İşlem

yaptıran kişi sayısına m¼d¼rl¼ğ¼n yevmiye kayıtlarından ve verilen kayıt sayısından ulaşılmıştır.

Örneklem büyükl¼ğ¼n¼n belirlenmesinde Altunışık ve diğlerleri (2005: 127)'nin yazdığı "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS uygulamaları" adlı kitapta bulunan" belli evrenler için kabul edilebilir örnek büyüklükleri" tablosundan yararlanılarak, %95 güven aralığında %5 hata ile örneklem büyükl¼ğ¼ 350 olarak belirlenmiştir. Örneklem tekniği olarak basit tesadüfi örnekleme tekniği kullanılmıştır.

Güvenilirlik Analizi

Cronbach alfa katsayısı, ölçekte yer alan soruların homojen bir yapıyı açıklamak üzere bir bütün oluşturup oluşturmadıkları araştırır. Alfa katsayısının bulunabileceği aralıklar ve buna bağlı olarak da ölçeğin güvenilirlik durumu aşağıda verilmiştir:

0,00 < 0,40 ise ölçek güvenilir değildir,

0,40 < 0,60 ise ölçek düşük güvenilirliktedir

0,60 < 0,80 ise ölçek oldukça güvenilirdir,

0,80 < 1,00 ise ölçek yüksek derece güvenilir bir ölçektir (Akg¼l ve Cevik 2003: 435-436).

Tablo 1. Cronbah Alfa Testiyle Elde Edilen Güvenilirlik Aralığı

Güvenilirlik İstatistiği

Cronbach's Alpha	N
,905	22

Bu sonuçtan yola çıkarak 22 ifadeden oluşan memnuniyet ölçeğinin güvenilirliğini gösteren Cronbah alfa sayısı 0,80 < 1,00 aralığında olduğu için anket yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

Verilerin Analizi

Örneklemden elde edilen verilerin analizi; SPSS programıyla yapılmıştır. Analizde memnuniyet düzeyini ölçmek ve memnuniyet düzeyleri ile ilgili hipotezleri test etmek için; güvenilirlik analizi, "T testi", "One way Anova (Tek Yön Anova)" analizlerinden yararlanılmıştır.

Genel Bulgular

Anketi cevaplayan vatandaşların demografik özellikleri frekans dağılımı ve görüşlerinin ortalamaları aşağıdaki gibidir. Değişkenlerin frekans dağılımı aşağıdaki gibidir;

Tablo 2. Cinsiyet

	Frekans	Yüzde
Erkek	414	82,8
Bayan	86	17,2
Toplam	500	100,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi anketi cevaplayan vatandaşların %17,2 bayan, %82,8 erkektir.

Tablo 3. Medeni Durum

	Frekans	Yüzde
Bekar	85	17,0
Evli	415	83,0
Toplam	500	100,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi anketi cevaplayan vatandaşların % 17 bekar,%83 evlidir.

Tablo 4. Tapuya İlk Kez Gelme

	Frekans	Yüzde
Evet	101	20,2
Hayır	399	79,8
Toplam	500	100,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi Ankete katılan vatandaşların %20,2 TSM'ye ilk kez gelmekte,%79,8 de TSM' e daha önce gelmiş bulunmaktadır.

Tablo 5. Yaş

	Frekans	Yüzde
21-30	132	26,4
31-40 ifade	125	25,0
41-50	168	33,6
51'den büyük	75	15,0
Toplam	500	100,0

Ankete katılan vatandaşların %26,4'ti 21-30 yaş arası, %25'i 31-40 yaş arası, %33,6' sı 41-50 yaş arası, % 15'i ise 51 yaş ve üzerindedir.

Tablo 6. İş Durumu

	Frekans	Yüzde
Memur	172	34,4
Emekli	93	18,6
Serbest meslek	109	21,8
İşçi	47	9,4
Öğrenci	42	8,4
İşsiz	37	7,4
Toplam	500	100,0

Ankete katılan vatandaşların %34,4'i memur, %18,6'sı emekli, %21,8'i serbest meslek %9,4'i işçi, %8,4'i öğrenci, %7,4'i işsizdir.

Tablo 7. Hizmet Kalitesi Memnuniyeti Ölçeği İfadelerine Ve Demografik Özelliklere Göre Vatandaşların Aritmetik Ortalamaları Ve Standart Sapmaları

İfadeler	Std. Sapma	Aritmetik Ortalama	N
Turhal TSM'nin hizmet kalitesini artırmak için uygun donanım ve teknolojiye sahip olması	1,02689	3,5980	500
Turhal TSM'nin görünüşü, düzeni ve fiziksel çekiciliği	1,13124	3,6920	500
Servis personelinin sizi karşılaması	1,07061	3,9220	500
Servis personelinin davranışı	,76111	4,1260	500
Servis personelinin görünüşü	,85497	4,0220	500
Başvuru işleminin hızlı yapılabilmesi	,82382	3,9740	500
Başvuru işleminin hatasız yapılması	,91735	3,9880	500
Servis personelinin iletişimi	,83845	4,1200	500
Servis personelinin işlemleri hatasız yapması	,87679	3,9720	500
Servis personelinin güvenilirliği	,83366	4,0800	500
Servis personelinin işlemleri söz verilen	,64601	4,2520	500
Servis personelinin kayıtları doğru tutması	,89080	4,0080	500
Servis personelinin çalışma hızı	,70292	4,1640	500
Servis personelinin hizmet sırasında vatandaş ayırımı yapmaması	,97203	4,1380	500
Hizmet sunulan çalışma saatleri	,83482	4,0920	500
Turhal TSM'ye ulaşımın kolaylığı	1,33052	3,2920	500

Turhal TSM'nin personel sayısı	,98720	3,8760	500
Hizmet maliyetinin net olarak söylenmesi	,84923	4,0160	500
Turhal TSM personelinin bilgi ve beceri	,76968	3,9720	500
Bekleme salonundaki ısıtma ve soğutma sistemlerinin çalışması	1,20683	3,5220	500
Diğer hizmetlerden faydalanmak(Bekleme salonu, asansör vs.)	1,61315	2,6580	500
Şikayet ve önerilerin dikkate alınmasından;	1,43796	3,4200	500

Özel Bulgular

H₁. Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir.

Erkek ve bayan vatandaşların hizmet kalitesindeki memnuniyet düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğine "bağımsız örneklem için T testi" ile bakılmıştır. Cinsiyete göre memnuniyet düzeyinde farklılık görülmektedir. İstatistiksel olarak bakıldığında, memnuniyet açısından (t=-5.119, p<0.05) anlamlı bir sonuç bulunmuştur.

Tablo 8. Cinsiyet İle Vatandaşların Hizmet Kalitesinden Algıladıkları Memnuniyet Düzeyine İlişkin T Testi

	Memnuniyet	
	T Değeri	Anlamlılık (p)
Cinsiyet	-5.119	0.000

H₂. Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri Medeni duruma göre farklılık gösterir.

Vatandaşların evli ve bekar olmaları hizmet kalitesi için belirttikleri memnuniyet düzeylerini farklılaştırıp farklılaştırmadığına "bağımsız örneklem için T testi" ile bakılmıştır. Medeni duruma göre memnuniyet düzeyi farklılık göstermektedir. İstatistiksel olarak bakıldığında, memnuniyet açısından (t=-3.967, p<0.05) anlamlı bir sonuç bulunmuştur.

Tablo 9. Medeni Durum İle Vatandaşların Hizmet Kalitesinden Algıladıkları Memnuniyet Düzeyine İlişkin t Testi

	Memnuniyet	
	T Değeri	Anlamlılık (p)
Medeni Durum	-3.967	0.000

H₃. Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri yaş aralığına göre farklılık gösterir,

Yaş grubu açısından vatandaşların memnuniyet düzeylerinin farklılaştırıp farklılaşmadığına "tek yönlü Varyans analizi" ile bakılmıştır. Yaşa göre memnuniyet düzeyinde farklılık gözükmemektedir. İstatistiksel olarak bakıldığında, memnuniyet açısından ($F=15.086$, $p < 0.05$) anlamlı bir sonuç görülmektedir.

Tablo 10. Yaş İle Vatandaşların Hizmet Kalitesinden Algıladıkları Memnuniyet Düzeyine İlişkin Anova Testi

	Memnuniyet	
	F Değeri	Anlamlılık (p)
Yaş	15.086	0.000

H₄. Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri İş durumuna göre farklılık gösterir.

İş durumunun ankete katılan vatandaşların memnuniyet düzeylerini farklılaşp farklılaşmadığına tek yönlü varyans analizi ile bakılmıştır iş durumuna göre memnuniyet düzeyinde bir farklılık gözükmemektedir. İstatistiksel olarak bakıldığında, memnuniyet açısından ($F= 0.904$, $p > 0.05$) anlamlı bir sonuç bulunamamıştır.

Tablo 11. İş Durumu İle Vatandaşların Hizmet Kalitesinden Algıladıkları Memnuniyet Düzeyine İlişkin Anova Testi

	Memnuniyet	
	F Degeri	Anlamlılık (p)
İş durumu	0.904	0.478

H₅. Vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeyleri ile TSM'ye ilk gelişleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

TSM'ye ilk gelişin ankete katılan vatandaşların memnuniyet düzeylerini farklılaşp farklılaşmadığına bağımsız örneklem için T testiyle yapılmıştır. TSM'ye ilk gelişe göre memnuniyet düzeyinde bir farklılık gözükmemektedir. İstatistiksel olarak bakıldığında, memnuniyet açısından ($t=0.855$, $p > 0.05$) anlamlı bir sonuç bulunamamıştır.

Tablo 12. TSM'ye İlk Geliş İle Vatandaşların Hizmet Kalitesinden Algıladıkları Memnuniyet Düzeyini Gösteren t Testi

	Memnuniyet	
	T Değeri	Anlamlılık (p)
TSM'ye ilk geliş	0.855	0.393

Tablo 13. Çalışmanın Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları

Hipotez	H ₁	H ₂	H ₃	H ₄	H ₅
Memnuniyet	Kabul	Kabul	Kabul	Red	Red

Sonuç ve Öneriler

Yaşadığımız yüzyılda, artık kamu kurumların ayakta kalabilmeleri vatandaş/müşteri odaklı yönetim anlayışına sahip olmaları ve bu anlayışın hayata geçirilmesi ile birlikte kamu hizmetlerinde kalitenin artırılması ile mümkün olabilecektir. 1980'lerden bu yana dünyada ve Türkiye'de geleneksel kamu yönetimi anlayışının hizmet kalitesinin artırılması, yeterli verimliliğin sağlanması gibi konularda başarısız olması, kamuda kalite arayışlarına yön vermiş ve vatandaş/müşteri odaklı yönetim anlayışına geçiş hızlanmıştır. Kalite ve hizmet kalitesi kavramının çıkışında rekabetin etkisi büyüktür. Kamu kesiminde rekabetin ve dolayısıyla sağlanan hizmetin bir alternatifi olmadığı için son zamanlara kadar hizmetlerin maliyeti üzerinde ciddi olarak durulmamıştır. Fakat ekonomik zorluklar ve yaşanan mali kriz, hükümetleri kamu harcamalarının azaltılması, daha az kaynakla daha fazla hizmet üretme arayışlarına yöneltmiştir. Ayrıca, kamu kesiminin sunduğu hizmetlerin etkinliği toplumsal zenginliğin ayrılmaz bir parçasını oluşturduğu ve hizmet kalitesinin yükselmesiyle kamu kurumlarının daha verimli hale gelerek kamunun ekonomi üzerindeki yükünü de hafifleteceği ileri sürülmüştür, böylece, vergileri arttırma gerekliliği azalacağı için iç piyasanın küresel piyasada daha rekabetçi bir konuma gelmesi söz konusudur. Vatandaşlar açısından bakıldığında ise kamu kurumlarının sunduğu hizmetlerden memnun olan vatandaş vergi dairesinde vergisini, tapu sicil müdürlüğünde tapu harcını ve diğerk kamu kurumlarında gerekli harç ve vergileri ödemeye daha istekli olacaktır. Eğer verilen hizmet memnuniyet verici düzeyde ise, vergi mükellefleri vergilerinin, tapu sicil müdürlüklerinde işlem yaptıran vatandaşların tapu harçlarının da kendilerine kaliteli hizmet olarak geri döndüğünü görerek devlete güven duyarlar. Bu durum, kamu örgütlerine meşruiyet ve saygınlık kazandıracaktır. Turhal Tapu Sicil Müdürlüğünde yapılan çalışmada hizmet kalitesi ve demografik özelliklerle ilgili sorular olan anket, kurumda işlem yaptıran vatandaşlara uygulanmış olup, Turhal Tapu Sicil Müdürlüğündeki hizmet kalitesi memnuniyeti ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmadaki ifadelerden ve sonuçlardan anlaşılmaktadır ki yaş, cinsiyet ve medeni durum vatandaşların hizmet kalitesinden algılanan memnuniyet düzeyini anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir, iş durumu ve Tapu Sicil Müdürlüğün de ilk gelişim ise

vatandaşların hizmet kalitesinden algıladıkları memnuniyet düzeylerini etkilemediği görölmektedir.

Yapılan anketlerin sonuçlarına bakıldığında anketteki 22 ifadeden 20 sinden %60 ve üzerinde bir oranda memnun olunduğu yönündedir, sadece iki ifadede memnuniyet oranı %60'ın altında olup bunlar Turhal TSM'ye ulaşım kolaylığı(%54,2'si memnun) ve diğer hizmetlerden faydalanmaktan (%41'imemnun) durumdadır. Yine ankette bulunan ifadelerden "Servis personelinin işlemleri söz verilen zamanda yapmasından" ifadesinden vatandaşların %86'lık bir oranla memnun olunduğu yönündedir. Ancak diğer açıdan bakıldığında ise %90 ve üzerinde memnun olunan hiçbir ifade bulunmamaktadır. Bu oran hala kamuda hizmet kalitesini artırmak için çok çaba sarf edilmesi gerektiğini göstermektedir. Turhal Tapu Sicil Müdürlüğünü bazında kurumun bulunduğu yerin değişmesi ulaşımın daha kolay olacağı daha merkezi bir yerde bulunması ve diğer hizmetler olarak belirtilen bekleme salonu ve havalandırma sistemlerinin iyileştirilmesi memnuniyet düzeyinde artışa sebep olacaktır. Bu amaçla, ortada böyle bir sorun olduğunun ilgili taraflarca kabulü ve değişim yönünde bir talep olmalıdır. Bu sorunun kabul edilmesiyle beraber yapılan çalışmaların başında kurum bina ve teçhizatının yenilenmesi, kamu kuruluşlarında görevli personellerin eğitim düzeylerinin arttırılması, bürokratik işlemlerin en az seviyeye düşürölüp teknolojinin gelişmesiyle birlikte vatandaşların işlemlerini daha rahat yapması amaçlanmaktadır. Bunlar da vatandaşın yaşam kalitesini yükseltmede önemli rol oynayacaktır, dolayısıyla çabalara gereken destek ve önem verilmelidir. Son olarak, özellikle vurgulamak gerekir ki, kalite yönetiminin uygulanabilmesi için kamu sektöründe önemli iyileştirmeler yapılarak gereken altyapı oluşturulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akgöl,A.; Çevik,O. (2003); İstatistiksel Analiz Teknikleri:SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları. Ankara, Emek Ofset.
- Aktan, C.C. (1997); Değişim ve Yeni Global Yönetim, MESS Yayımı, İstanbul
- Altunışık, R.; Çoşkun, R.; Bayraktaroğlu,S.; Yıldırım,E. (2005); Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı (4.bs.). Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

- Bell, H. D. (1983); "The Marketing Aspects Of Service Quality", Proceeding Series Emerging Perspectives On Services Marketing, The AMA Handbook of Marketing for the Service Industries AMACOM, New York, ss. 102.
- Bozkurt, Ö.; Ergun, T.; Sezen, S. (1998); Kamu Yönetimi Sözlüğü, TODAİE Yayını, Ankara.
- Bulgan, U.; Gürdal, G. (2005); ÜNOK '05, "Bilgi hizmetlerinin organizasyonu ve pazarlaması", 22-24 Eylül 2005, Kadir Has Üniversitesi.
- Cowell, D. (1991); The marketing of Services, 6th Edition, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Degermen, H.A. (2006); Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Erkut, H. (1995); Hizmet Kalitesi, Toplam Kalite Yönetimi Dizisi, Yayın No:2, İstanbul, s.5.
- Giritli, İ. P.; Akgüner, T. (2006); İdare Hukuku, 2.Basım, Der Yayınları, İstanbul, s. 847.
- Goetsch, D. L.; Stanley, B.; Davis, K. (1998); Understanding and implementing ISO 9000 and ISO standart, Prentice-Hall, USA
- Gözlü, S. (1996); "Kamu Hizmeti Veren Kuruluşlarda Toplam Kalite Yönetimi", Kamu Yönetimi Disiplini Sempozyumu Bildirileri, TODAİE Yayını, Ankara, ss.43-50.
- Karafakioğlu, M. (1998); Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, İstanbul, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.
- Karahan, K. (2000); Hizmet Pazarlaması, 1.Baskı, Beta Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Kavruk, H. (2002); Anakent'e Bakış-Türkiye'de Anakent Belediyeciliği ve Kent Hizmetlerinin Yönetimi, Ankara: Hizmet-İş Sendikası.
- Kotler, P.; Armstrong, G. (2001); The Principles of Marketing, New Jersey, Prentice Hall.
- Kuriloff, A.; Hemphill, J.M.; Cloud, D. (1993); Starting and Managing the Small Business, Mc Graw-Hill Edition, Singapore.
- Malhan, S.; Özgülbaş, N. (1999); "Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Bir Örnek Hastane", Sağlık Kuruluşları ve Hastane Yönetimi, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, s.116
- Odabaşı, Y. (2001); Pazarlama Plan Rehberi, Ankara: KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi.

- Onar, S.S.(1996); İdare Hukukunun Umumi Esasları, Cilt: 1 (3.Baskı), İstanbul.
- Önce, G. (1988); "Kalite Faktörü ve Pazarlamadaki Rolü". Pazarlama Dünyası, Eylül/Ekim, Y 11; 2,Sayı;11,ss.24-25.
- Özdemir, S.M. (2007); "Öğretim Süreçlerinde Toplam Kalite İlkelerinin Uygulanmasının Öğrencilerin Tutumlarına Ve Başarılarına Etkisi". Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt 15, Sayı 2, 522.
- Öztürk, A.S. (1998); Hizmet Pazarlaması, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, No:3, Eskişehir.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Belty, A.; Leonard, L. (1985); "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research",Journal of Marketing,Vol.49, Fall, 41-50.
- Peker, Ö. (1996); "Toplam Kalite Yönetimi ve Kamu Hizmetinde Kalite", Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt 5, Sayı 6, ss. 43-57.
- Sezer, Ö. (2008); "Kamu Hizmetlerinde Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Türkiye'de Kamu Hizmeti Anlayışı Açısından Bir Değerlendirme". ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 8, 150.
- Teas, R.K. (1993); "Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality:An Assessment of a Reassessment", Journal of Marketing, Vol.58, No:1.
- Uyguç, N. (1988); Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
- Varinli, İ. (1996); "Üreticilerin ve Tüketicilerin Hizmet Kalitesi Beklentileri ve Algılamaları", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kayseri, s.19.