

FAKÜLTELERİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE ÖĞRENCİ ALGILAMALARI: BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Nazan YELKİKALAN*

Burcu SÜMER*

Selin TEMEL*

Abstract

The aim of this study is measuring the perceptions of a group of university students about the faculty in which they study and scrutinizing the positive and negative factors that determine these perception levels. Research has been applied to the students of Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences by using the survey technique. The main results of the study that includes propositions about campus, faculty personnel, courses and academicians are; students in third class have more positive ideas in comparison to students in fourth class, students think that education of foreign language, computer and practical courses are insufficient and the expectation level of students in first education is higher than students in second education. Besides, no relationship has been found between the gender, average grade variables and the student perceptions about the faculty.

Key Words: Higher Education Institutions, Faculties, Student Perceptions, Student Satisfaction, Service Quality

Özet

Bu çalışmanın amacı, bir grup üniversite öğrencisinin öğrenim görmekte oldukları fakülte ile ilgili algulamalarını ölçmek ve bu düzeyi belirleyen olumlu ve olumsuz faktörleri irdelemektir. Araştırma, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerinde, anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Kapsamı dahilinde kampuse, fakülte personeline, derslere ve öğretim görevlilerine ilişkin önermeler bulunan çalışmanın ana sonuçları; 3. sınıf öğrencilerinin 4. sınıf öğrencilerine oranla fakülteye ilişkin daha olumlu düşüncelere sahip olmaları, öğrencilerin yabancı dil ve bilgisayar eğitimi ile uygulamaya yönelik eğitimin yetersiz olduğunu düşünmeleri ve 1. öğretim öğrencilerinin beklenti düzeylerinin 2. öğretim öğrencilerinin beklenti düzeylerine oranla daha yüksek olmasıdır. Ayrıca, öğrencilerin fakülteye ilişkin algulamaları ile cinsiyet ve not ortalaması değişkenleri arasında ilişki bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Yüksek Öğretim Kurumları, Fakülteler, Öğrenci Algulamaları, Öğrenci Memnuniyeti, Hizmet Kalitesi

* Yrd. Doç. Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

* Arş. Gör. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

** Arş. Gör. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

I. Giriş

Yüksek öğretim öğrencilerinin eğitim gördükleri fakülteye ilişkin algılarının ölçülmesi, gereken konularda yeni düzenlemelere gidilmesi ve üniversitelerin işlevlerini daha başarılı bir şekilde gerçekleştirmeleri açısından önem teşkil etmektedir. Ayrıca, bu tür çalışmalar üniversite yönetimlerini doğru olana yönlendirmeleri açısından da önemlidir.

Bu bağlamda, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin fakülteye ilişkin algılamaları anket tekniğiyle araştırılmıştır. Değişkenleri cinsiyet, eğitim görülen bölüm, eğitim görülen öğretim şekli, sınıf ve öğrencilerin not ortalaması olan araştırmada öğrenciler kampus, dersler, öğretim üyeleri ve fakülte personeli konularına ilişkin fikir beyan etmişlerdir.

Çalışmanın teorik çerçevesi ise dört başlıktan oluşmaktadır. İlk başlıkta “Algılama” ve ikinci başlıkta “Hizmet Sektörünün Bir Elemanı Olarak Yüksek Öğretim Kurumlarının Değerlendirilmesi” konuları tartışılırken üçüncü olarak, “Yüksek Öğretim Hizmetinin Müşterileri: Öğrenciler” konusuna değinilmiş, son kısımda ise “Yüksek Öğretim Kurumlarının Değerlendirilmesinde Öğrenci Algılamalarının Önemi” konusu vurgulanmıştır.

II. Literatür Taraması

Modern literatürde, yüksek öğretim kalitesinin etkileri üzerine çalışmalar Weisbrod ve Karpoff (1968), Wales (1973), Solmon ve Wachtel (1975) ve Wise (1975) ile başlamıştır ve Behrman ve diğerleri (1996), Brewer ve Ehrenberg (1996), Brewer ve diğerleri (1999), Dale ve Krueger (2002), ve Thomas’ın (2000, 2003) çalışmalarıyla günümüzde de devam etmektedir. Bu araştırmaların sonuçları sadece akademik ve teorik

amaçlar için değil, aynı zamanda öğrenciler ve onların eğitimi için giderek artan maliyetlere katlanan aileler için de önemlidir (Zhang, 2005: 3).

1980’lerin ortalarından itibaren, dünya genelinde, yüksek öğretim konusunda beklenmeyen değişimler yaşanmıştır. İlgili literatür, Birleşik Krallık (Tapper ve Palfreyman, 1998), Amerika (Melnick ve Zeichner, 1998), Avrupa (West ve Crighton, 1999) ve Avustralya’daki (Ramsay, 1999) eğitim sisteminin, pazarın zorunlu güçleri tarafından sürüklendiğini kanıtlamaktadır. Aynı zamanda, küreselleşmenin artan baskısı sebebiyle Asya’daki (Bacani, 2000) üniversiteler de geleneksel rollerinden çıkmaktadırlar. Gerçekten, yüksek öğretim sektöründeki girişimci teşebbüsler (hükümetle ortak çalışmalar); üniversite öğrencilerinin beklenmeyen küresel mobilitesini, eğitim-öğretim sürecindeki teknolojik yenilikleri büyütmede yararlı olmuştur. Üniversite sistemlerinin hızlı dönüşümü yeni beklentileri beraberinde getirmiştir. Truscott, Rustogi ve Young’ın (2000) belirttiği gibi, yüzyıldan fazla süredir devam eden girişimci çabalar, üniversite sektörünü öğrenci odaklı bir eğitim yaklaşımı ile ilişkilendirmiştir (Pearson ve Chatterjee, 2004: 427-430).

Öğrenci memnuniyetini analiz etmek için literatürde kullanılmış olan tanımlayıcı istatistik, ki-kare, lineer regresyon gibi farklı istatistiksel yöntemler bulunmaktadır. Tanımlayıcı istatistik yüksek öğretimde öğrenci algılama ve memnuniyetini ölçmede geniş çaplı olarak kullanılan bir yöntemdir. Damminger’e (2001) göre yüzdeleri, aritmetik ortalamaları, modları ve yazılı kalitatif raporları kullanarak öğrenci memnuniyetini ölçen çalışma sonuçları, çoğu öğrencinin danışmanlık hizmetlerinden “son derece memnun” veya “çok memnun” olduklarını

göstermiştir. Ki-kare, lineer regresyon ve çok yönlü modelleme gibi teknikler; açıklayıcı değişkenler ve öğrencinin elde tutulabilmesi ve akademik hizmetlerden genel memnuniyeti gibi sonuç değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemeye yöneliktir. Öğrencilerin memnuniyete dayalı olarak okula devam etmeleri konusunda Bailey, Bauman ve Lata (1998) tarafından çapraz tablolar kullanılmıştır ve aralarında 68 sorudan 40'ını kapsayan güçlü bir ilişki (%59) ortaya çıkmıştır (Chen ve Hughes, 2004: 3).

III. Algılama

Dış dünyadaki soyut/somut nesnelere ilişkin olarak alınan duyumsal bilgi algılamadır. Algılama, herhangi bir olayı, nesneyi, ilişkiyi görmek, duymak, tatmak, koklamak, dokunmak ve hissetmektir. Bu bağlamda, algılama yalın olarak insanın fizyolojik bir özelliğiymiş gibi gözükse de aslında algılama, dış müdahalelerle kontrol edilip yönlendirilebilen sosyal ve psikolojik bir olgudur (İnceoğlu, 2000: 44-45).

Algılamanın temel unsurları dikkat ve yorumdur. Kişiler herhangi bir kaynaktan çıkan uyarıya dikkatlerini çevirerek, bu uyarıyı yorumlamaktadır. Ancak kişiler etraflarında gerçekleşen her olayı dikkate almazlar. Bu sebeple algılama sürecinde dikkat, süzgeç olarak değerlendirilmektedir. Bu süzgeci geçebilen uyarıcılar çeşitli etkiler altında kişi tarafından yorumlanmaktadır (Aaker ve Myers, 1987: 220).

Başarılı bir pazarlama stratejisi geliştirme yollarından biri, mala, markaya ya da bunlara ilişkin pazarlama bileşenlerine karşı olumlu bir tutum yaratmaktır. Başka bir ifade ile, tüketicilerin mala ilişkin mesajları kendi ihtiyaç ve isteklerine uygun olarak algılamalarını sağlamaktır. Algılama olmadan öğrenme, öğrenme olmadan tutum, tutum olmadan davranış olmaz

(İslamoğlu, 2003: 89). Dolayısıyla, algılamanın ölçülüp değerlendirilmesi, tüketicinin bir sonraki davranışını etkileyebilmek için gereklidir (İslamoğlu, 2003: 102).

Gerek kişisel, gerekse çevresel etmenlerin etkisinde oluşan algılama bir çok bakımdan tüketici davranışını etkilemektedir. Bu konuya; ürün imajına, fiyata, kurum imajına yönelik algılamalar örnek olarak gösterilebilir (Odabaşı ve Barış, 2004: 147-148). Araştırmanın konusu olan fakültelerin algılanması ise öğrenci davranışlarını etkilediği için önem arz etmektedir.

Tüketicilerin algılama sürecinde önemli bir nokta da işletmelerin pazara sundukları markalardır. İşletmeler ürünlerini pazara sundukları markayla ürünlerine imaj katmakta, ürünlerinin fiyatını belirlemede, markaya olan güvene ya da güvensizliğe sebep olmaktadır (Han, 1998: 1). Bu bağlamda, üniversitelerin de markalaşma sürecine dahil olması onlara olan talebi arttırmada önemli rol oynayacaktır.

IV. Hizmet Sektörünün Bir Elemanı Olarak Yüksek Öğretim Kurumlarının Değerlendirilmesi

Yüksek öğretim hizmetinin genel özellikleri şunlardır (Chung ve McLarney, 2000: 486-488):

- *Heterojenlik*: Hizmeti standart hale getirmek imkansız değilse bile çok zordur. Fiziksel ürünlerin imalatından farklı olarak, her hizmet hareketi farklı durumların, ruh hallerinin ve diğer insani özelliklerin bir birleşimidir. Bu tür farklar, hizmet sağlayıcılardan (öğretim elemanlarından), hizmetin müşterilerinden (öğrenciler) ve bazı hizmet araçlarından (ders materyalleri) kaynaklanabilir.
- *Gayri Maddilik*: Hizmet müşterinin görüp dokunabileceği,

koklayabileceği bir ürün değildir. Yüksek öğretim hizmetinde de aynıysa geçerlidir. Öğretilmeye çalışılanlar görülemez, dokunulamaz, hissedilemez veya koklanamaz.

- *Ayrılmazlık:* Fiziksel ürünler, onları ortaya koyan bireylerden ayrılır. Hizmetler ise hizmet sağlayıcıdan ve alıcıdan bağımsız değildir. Üniversitelerde de öğretim elemanları ve öğrencilerin ayrı ayrı davranışları, diyalogları, beden dilleri, ruh halleri ve etkileşimleri eğitim hizmetinden ayrı düşünülemez.
- *Dayanıksızlık:* Hizmet sektöründe “zaman” çok daha önemli bir konudur. Fiziksel ürünler gelecek satışlar için depolanabilirken, hizmet üretildiği an tüketilmezse boşa gidecektir. Buna göre, hizmet sağlayıcıların (öğretim elemanları) müşterilerin (öğrenciler) hizmete zamanında ulaşabileceği şekilde planlama yapmaları gerekmektedir.

Günümüzde üniversiteler, yüksek düzeyde eğitim öğretim yapan, elit kadrolar yetiştiren, bilimsel ve teknolojik araştırmalar yapan kuruluşlardır. Toplumların üstünlükleri bilim ve teknolojiye ulaştıkları düzeyle ölçülmektedir. Bilgiye ulaşma ve bilgiyi kullanma çağımızın en önemli silahı haline gelmiştir. Yüksek öğretimde iç müşterilerin (idari personel, öğretim üyeleri) ve dış müşterilerin (öğrenci, mezunlar, öğrenci aileleri, toplum vb.) istek ve beklentilerinin neler olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Yüksek öğretim kuruluşlarının bu beklentilere cevap verebilecek stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir (Gencel, 2001: 203-206).

Yüksek öğretimle ilgili beklentiler giderek artmaktadır. Yeni öğretim teknolojileri, yeni elektronik bilgi

kaynakları yüksek öğretim kurumlarını daha rekabetçi yapmıştır. Yüksek öğretim harcamaları ülkeden ülkeye değişmektedir. 2001 yılında OECD ülkelerinde ortalama bir öğrenci başına düşen harcama 11.000 \$’dan fazla iken, ABD’de 19.000 \$’dan fazladır, Türkiye’de sadece 4328 \$, Çek Cumhuriyeti’nde 5688 \$ ve Meksika’da ise 4789\$’dır (Heyneman, 2004: 450).

Yüksek öğretim, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde global bir fenomen haline dönüşmüştür. Bilgiye dayalı ekonomilerde başarının anahtarı yüksek seviyede teknik ve entelektüel yetenekleri geliştirmek olduğu için yüksek öğretim artan bir şekilde önem kazanmıştır. Bilgi ve fikirler ulusal sınır tanımadığı için de yüksek öğretim global bir boyut kazanmıştır. Eğitim, bireylerin ülke sınırlarını aşarak yeteneklerini farklı ülkelerde değerlendirebilmelerine yardımcı olmaktadır (Randall, 2002: 190).

Eğitim hem bireysel hem de toplumsal olarak gelişme ve ilerlemenin, yüksek bir yaşam düzeyi elde etmenin başlıca yolu olmaktadır. Eğitim, demokratik, sosyal, siyasal, hukuksal ve ekonomik olarak ilerlemenin temelini oluşturmaktadır (Sözer vd., 2002: 41). Yüksek öğretim kurumlarında üretilen bilginin kalitesi ve ekonomide kullanılabilirliği, ulusal ve uluslararası rekabet gücü açısından giderek önem kazanmaktadır (Gencel, 2001: 164-165).

Yüksek öğretim kurumları, özerk bir öğrenme şeklini desteklediğini açıkça belirtir ama işin davranış boyutundan söz etmez. Ders verme, not alma ve daha sonra hatırlama için ezberleme geleneksel yöntemlerdir ve öğrencilerin öğrenme ile ilgili önyargıları bu tür faaliyetleri içermez. Ders verme, baskın olarak anlatarak ve göstererek öğretmeye dayalıdır. Başarısız öğretmeye; müfredat içeriği tekrar edilerek, iletişim küçük

parçalara bölünerek ve kavranması gereken fikri farklı yollarla ifade etmeye çalışarak çare bulunmaya çalışılır. Bu tür geleneksel öğretmeye dayalı öğrenme, bilgiyi insandan insana aktarılabilir bir çeşit mal gibi gören davranışsal bir boyuttur. Yüksek öğretim kurumları, öğrencileri şimdiki zamandan farklı bir geleceğe hazırlamaya çalıştığından ve bunun için en iyi kaynak bugün bilgi olduğundan dolayı, yeni sorunlar ortaya çıktığında ve öğrencilerin bilgi yaratması gerektiğinde, öneriye dayalı bilgi, potansiyel olarak en üretken olandır. Öğrencilerin bu tür bilgiden kazançlı çıkması için kavramsal öğrenmeye ihtiyaçları vardır. Kavramsal öğrenmeyi uygulamaya koymak için ise pedagojik uygulamalar yaygınlaştırılmalıdır (Maclellan, 2005: 138-144).

Öğrencilerle ilgili üniversite yönetimlerinin geliştirebilecekleri olası bakış açıları konusunda Marsh ve Guolla (1987) 'nın sınıflamasının daha geliştirilmiş biçimi aşağıdaki şekildedir:

1) Bireysel Gelişim: Geleneksel olarak, öğrencilerin üniversiteye bilgi, beceri ve yeteneklerini, özetle bireysel gelişimlerini arttırmak amacıyla geldiklerini varsayan görüş.

2) Ürün: Öğrencilerin üniversitede bir meslek edinerek, kendilerini iş piyasalarında daha rahat pazarlayabileceklerini varsayan görüş. Mezunlar ne kadar çabuk ve iyi iş bulurlarsa üniversite o kadar başarılı sayılır.

3) Müşteri (1): Öğrencileri varlık nedeni olarak algılayan görüş. Müşteri (öğrenci memnuniyeti) kesinlikle üniversitenin başarısını, tanınmasını ve gelişmesini artırır. Öğrencilerin birbirleriyle ve yakınlarıyla olumlu yönde yapacakları değerlendirmeler en etkili tanıtım aracıdır.

Müşteri (2): Öğrencileriyle ilişkileri aynı bir hastanın doktoruyla veya bir

müşterinin avukatıyla girdiği uzun süreli bir ilişki gibi gören ve onları sorunların çözümü ve gereksinimlerinin giderilmesi için profesyonel yardıma ihtiyacı olan yetişkin kişiler olarak kabul eden görüş.

4) Kurumcu-Uluscu: Öğrenciler ülke kalkınması ve geleceği için vazgeçilmezdir. Onların kaliteli bir şekilde eğitilmesi, herşeyden önemlidir. Kurum ve ulusun çıkarları, amaçları ön plandadır. Bireyler o kadar önemli değildir.

5) Görev: Öğrencileri devletin yerine getirmesi gereken eğitim fonksiyonunun zorunlu bir ögesi kabul eden görüştür. Üniversite yönetimini ve eğitimini fazla sorgulamadan, belki de öğrencilerle ilgili hiçbir görüş geliştirmeden, onları yerine getirilmesi gereken iş'in bir parçası olarak gören görüş.

Bu sınıflandırma dahilinde, ülkemizdeki Özel Vakıf Üniversitelerinin çoğunluğunun, Devlet Üniversitelerinin ise bir kısmının öğrencileri Ürün, Müşteri (1) şeklinde algıladıkları; Devlet Üniversitelerinin önemli bir kesiminde ise 1., 4. ve 5. türdeki algılamaların hakim olduğu ileri sürülebilir (Gülcan vd., 2002: 101).

Eğitim ve öğretimle ilgili göz önünde bulundurulması gereken üç önerme vardır: (i) öğretme profesyonel bir meslektir; (ii) iyi öğretim, öğrencilerle kurulan olumlu kişisel ilişkiler içerir; (iii) profesyonel ilişkilerin resmi veya kişisel olmayan bir doğası olmalıdır. Bu bağlamda, bu üç önerme arasında tutarsızlık vardır. Eğer (ii) ve (iii) doğruysa, (i)'nin yanlış olması gerekir; ve eğer (i) doğruysa (ii) veya (iii)'nin yanlış olması gerekir. Daha esnek açıklamalar ile birçok uygulamaya dönük amaç için bu üç önermenin yeterince bağdaştırılabileceği görülecektir. Eğer (iii)'deki "kişisel olmayan" kavramı "tarafsız" kavramıyla ikame edilirse (ii) ile ilgili çok fazla tutarsızlık

kalmayacaktır. Belki de kişisel ilişkiler ahlaksal açıdan tarafsız olabilir. Doktorların, sosyal sınıf ya da ırklarına göre ayırmaksızın her insanın ihtiyacını karşılamaını beklediğimiz gibi, öğretim elemanlarının da tarafsız bir şekilde, bireysel veya kültürel fark gözetmeksizin, bütün öğrencilerinin eğitim ihtiyacını karşılamaını bekleyebiliriz. Ancak genellikle öğretim görevlileri öğrencilerine, doktorların hastalarına ya da avukatların müvekkillerine davrandığı gibi nazik ve kişisel duygulardan arınmış bir şekilde davranmamaktadır (Carr, 2005: 255-257).

V. Yüksek Öğretim Hizmetinin Müşterileri: Öğrenciler

Müşteri olarak öğrenci metaforu, eğitim kurumunun başarılı olması için öğrencileri, hizmet edilmesi ve ihtiyaçları karşılanması gereken müşteriler olarak ele alır. Örneğin, öğrenciler tıpkı markette sayısız alternatif arasından ürün seçimi yapan müşteriler gibi birçok alternatif arasından bir üniversite ve fakülte seçimi yaparlar. Öğrenciler yüksek öğretim kurumunu seçerken çok sayıda değişkeni kıyaslar: fiyat (okul harcı/giriş ücreti), teklif edilen dereceler, teklif edilen ana dal, yer, ikame olanakları, sağlanan hizmetler, itibar gibi. Yüksek öğretim kurumları da diğer hizmet sağlayıcılar gibi hizmetlerinin promosyonunu yaparlar, örneğin broşürler dağıtır, bilgilendirici toplantılar düzenler. Yüksek öğretim kurumları öğrencilerden geri bildirim alırlar, çünkü eğer müşterinin ne istediği bilinmezse kurumlar başarıya ulaşamaz. Bu perspektif genellikle üniversite veya fakültelerdeki yurt, yemek hizmeti, kütüphane, bilgisayar hizmeti gibi yardımcı hizmetler için daha geçerlidir (Hoffman ve Kretovics, 2004: 104-105).

Tüketici davranışlarında satın alma beş aşamadan oluşan bir karar sürecidir. Hem mal hem de hizmetler için

uygulanabilir olan bu süreç; tüketicinin bir problemi fark etmesiyle başlar, bilgi toplanması, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma ile devam eder ve satın alma sonrası değerlendirme ile sona erer. Ancak, hizmetler maddi olmayan ürünler olduğu için müşterinin satın almadan önce edinebileceği bilginin nicelik ve niteliği nispeten düşük olacaktır (Moogan vd., 1999: 213). Bu bağlamda yüksek öğretimin müşterileri olarak değerlendirilen üniversite öğrencilerinin üniversiteye kayıt olup, öğrenimlerine başladıkları andan (bir anlamda satın alımlarından) önce edinebilecekleri bilgiler sınırlıdır. Ancak dersler, öğretim elemanları, kampus, yönetim gibi konularda fakültelerini tanıdıkça o kurum hakkında nitelik ve nicelik açısından yüksek düzeyde bilgiye ulaşacaklardır, bu da bir anlamda satın alma sonrası değerlendirme aşamasıdır.

Eğitim kalitesi, eğitim sisteminin eğitimin kabul edilen amaçlara ulaşabilme, bilgi ve yetenek geliştirebilme ölçüsü anlamına gelmektedir. Eğitim sistemleri, öğrenciler büyük başarıya ulaştıkları zaman yüksek kalitede kabul edilir. Kaliteyi geliştirmek, öğrencilerin öğrenme miktarını arttıracak faaliyetlerde bulunmak demektir (Chapman vd., 2005: 518).

Öğrencilerin kaliteli hizmet alma konusunda ihtiyaç ve haklara sahip oldukları nosyonu temelinde, yüksek öğretimde öğrenci memnuniyeti üzerine yapılan çalışmaların sayısı atmaya başlamıştır. Bu konuda yapılan anketler, öğrencilerin eğitim görmekte oldukları kuruma ilişkin anahtar konulardaki algılamalarını ölçerek kurumun gerçek bir resminin görülmesini sağlar. Ayrıca, anket sonuçları, kaliteli hizmet ve programlar geliştirmede fakülte yönetimlerine geri bildirim sağlayan bilgi kaynakları olmaları açısından da önemlidir (Chen ve Hughes, 2004: 1).

Akademik yaşamda öğrenci memnuniyeti, öğrencilerin akademik iş yaşamının özelliklerini nasıl algıladıklarına yüksek düzeyde bağlıdır. Memnuniyetin, öğrenci performansının bir tahminleyicisi olduğu ve kontrol-performans ilişkisinde arabuluculuk yaptığı göz önüne alınırsa bu bulgunun önemi daha iyi anlaşılacaktır (Chambel ve Curral, 2005: 144).

Günümüzde, misyonuna “kalite” ve “müşteri memnuniyeti” kavramlarını dahil etmemiş bir örgüt bulmak neredeyse imkansızdır. Çoğu örgüt müşterilerinin kalite algılarını ölçer. Algılanan kalite ve müşteri memnuniyeti, finansal performansını etkileyen önemli göstergelerdir. Bu nedenle sistematik ve geçerli bir şekilde ölçülmeleri gerekir (Babakus vd., 2004: 728). Hizmet kalitesi ile ilgili literatürde hizmet kalitesi kavramı yerine çoğunlukla “algılanan hizmet kalitesi” terimi kullanılmaktadır. Zeithaml algılanan hizmet kalitesini, “müşterinin, bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısı olarak” tanımlamaktadır. Ghobadian’a göre algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmetin kalitesine yönelik sezgileridir ve müşterilerin tatmin derecesini büyük ölçüde belirlemektedir (Devebakan vd., 2003: 33). Modern kalite yönetim felsefesi (toplam kalite yönetimi) müşteri odaklı olmasına rağmen yüksek öğretim kalitesi genellikle “üreticiler” tarafından tanımlanır, yani eğitim sürecindeki araştırmacılar ve öğretim elemanları tarafından. Çünkü sadece onlar eğitim sürecindeki bilginin kalitesini değerlendirebilir (Kovesi vd., 2004: 391).

Üniversitelerdeki eğitimin kalitesine yönelik ilgi son yüzyıllarda giderek artmıştır. Kalitenin artırılması genellikle karmaşık ve sorunlu bir süreçtir ve bir dizi faktörden etkilenir. Öğrenciler, farklı çalışma alanları arasında seçim

yapmalarına yardımcı olması için eğitim kalitesi hakkında eksiksiz bilgiye ihtiyaç duyar. Akademisyenler ve üniversite yöneticileri, program ve derslerini geliştirmek ve denetlemek için onlara yardımcı olacak bilgiye ihtiyaç duyarlar. Örgütler performanslarını arttırmak ve benchmarking yapmak için kendilerine yardımcı olacak kalite bilgilerine ihtiyaç duyarlar. Hükümet de politika geliştirme ve fon sağlama için değerlendirme yapmada bilgiye ihtiyaç duyar. Bu sebeplerle kalite güvencesi birçok yüksek öğretim kurumunun bünyesinin bir parçası olmuştur (Coates, 2005: 25).

Yüksek öğretim kurumlarıyla ilgili analizler, üniversitelerdeki eğitim kalitesinin sadece bölümlere ve belli kurumların sahipliğine değil, aynı zamanda sosyal, politik, ekonomik, örgütsel, teknik materyal, psikolojik ve pedagojik faktörlere bağlı olduğunu göstermiştir. Eğitim kalitesini geliştirmek temel olarak bir pedagojik sorudur ve eğitim-öğretim sürecinde gerekli koşulların yaratılması ve uygulanmasına ihtiyaç duyulur. Bu koşullar; yöntem desteğiyle öğretim kalitesini arttırmak, eğitim içeriğini genişletmek, materyalleri geliştirmek, yeterli nitelik ve nicelikte öğretim elemanına sahip olmak şeklinde sıralanabilmektedir (Shabanov, 2005: 47-48).

Birçok yönetsel hizmette öğrenciler müşteri olarak kabul edilmekle birlikte, bu bakış açısına karşı tepkiler, onları öğrenme sürecindeki işçiler olarak ele alır. Böylece, öğrenciler sadece müşteri değil aynı zamanda yüksek öğretimin ürünüdür. Öğrencileri ürün olarak gören yaklaşım, öğretim elemanlarının öğrencileri toplumda edinecekleri rollere hazırlama konusunda bir zorunlulukları olduğunu ileri sürer. Öğrencilerin başarılarını değerlendirmek, onları hazırlama sürecinde önemli bir yer teşkil eder. Değerlendirme yollarından biri

öğrencilere geri bildirim sağlamaktır. Bu yolla öğrenciler, akademik kariyerlerindeki başarı olasılığı, hazırlık ve çabalarının yeterliliği gibi konularda bilgilendirilirler. Not verme de etkili değerlendirme yollarından biridir (Smith vd., 2005: 30-31).

VI.Yüksek Öğretim Kurumlarının Değerlendirilmesinde Öğrenci Algılamalarının Önemi

Pazarlamacılar için en iyi kalite ölçer müşteri memnuniyetidir. Bu bakış açısıyla, Kotler & Fox'a göre (1995) memnuniyet, algılanan performans ve beklentilerin bir fonksiyonudur. Stanton'a göre (1994) yöneticiler, ürünün müşteri beklentilerini karşıladığı veya aştığı zaman memnuniyetin ortaya çıktığını fark etmişlerdir. Yüksek memnuniyet markayla müşteri arasında duygusal bir bağ yaratır ve bu sadece mantıksal bir tercih değildir, müşteri sadakati ile sonuçlanır. Üniversite sektörünün ve yüksek öğretimde kalite ile ilgili konuların gelişmesi ve tüketici akımlarının artması ile birlikte, öğrencilerden fikir toplamak için tasarlanan süreçler büyük bir gelişim göstermiştir. Yüksek öğretim kurumlarının çoğunluğu, öğrencilerden geri bildirim toplamaktadır. Burada "geri bildirim" ile kast edilen, öğrencilerin müşteri olarak aldıkları hizmete ilişkin fikirlerini açıklamalarıdır. Bu, aynı zamanda müşteri memnuniyetinin değişkenleri olarak göz önüne alınabilir. Öğrenciler, kalite değerlendirme sürecindeki önemli paydaşlardır. Bu nedenle, üniversitelerin, kalite güvencesi ve müşteri memnuniyetini vurgulamaları gerekir (Popli, 2005: 18-19).

Bir ürün ya da hizmetten memnun kalan müşteri satın alımı tekrarlamaya ve diğer insanlara tavsiye etmeye daha meyillidir. Bu nedenle, akademisyenler, bireylerin tüketim faaliyetleriyle ilgili olumlu deneyimleri olarak tanımladıkları

müşteri memnuniyeti üzerinde dururlar. Batı toplumlarındaki rekabetçi çevrede, müşteri memnuniyetine yatırım yapmak, müşteri sadakati sağlayarak sürdürülebilir avantaj yaratmak anlamına gelir. Araştırmacılar müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği yaratan süreçleri inceler. Bu konuda beklenti paradigması baskın rol oynar. Bilinçli bir bilgi süreci ile, müşterinin, ürünle ilgili beklentilerini ve ürünü aldıktan sonraki durumu karşılaştırması, süreci oluşturur (Nez-Tur vd., 2006: 100-101).

Bilime dayalı bilgi üreten ve bu bilgiyi kullanabilecek insanlar yetiştiren yüksek öğretim kurumları olan üniversiteler; eğitim ve öğretim olanakları, vizyonlar, yönetilme biçimleri, araştırma-geliştirme, iletişim, bilişim, ulaşım imkanları, veri toplama, işleme ve bilgi üretme olanak ve kapasiteleri gibi unsurlar açısından birbirinden farklılık göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin, eğitim gördükleri kuruma ilişkin algılamalarında farklılıklara yol açmaktadır (Korukoğlu, 2003: 79). Eğitimde etkililiğini artırmak isteyen kurumların, öğrenci algılamalarını öğrenmeleri, öğrenci yetiştirme süreçlerinde olumlu gelişmeler yaratacağıdır (Erdem ve İşbaşı, 2001: 39).

Öğretim kalitesinin giderek vurgulandığı bir trend içerisinde, öğrencilerin öğretim elemanlarının performanslarına yönelik algılamalarını ölçmek öğretimin değerlendirilmesinde artarak kullanılan temel bir araçtır. Birçok araştırmacı, öğretim kalitesine yönelik öğrenci algılarının boyutlarını belirlemeye çalışmıştır. Bu tür boyutlar çeşitlilik gösterdiği halde, bazı çalışmalar arasında tutarlılık vardır. Feldman'ın (1976, 1988) özetlediği bu boyutlar, öğrenci algılamalarına yönelik yararlı araçlardır. Feldman (1976) öğretim elemanlarının teşviki, konularında bilgili oluşları, hitabet yetenekleri, kullandıkları

ders materyallerinin değeri, entelektüel birikimleri gibi konuları içeren faktörlerin sentezinden 19 adet yapı belirlemiştir. Feldman'ın çalışması, öğrencilerin öğretim elemanlarını çok boyutlu olarak değerlendirmelerinin bir kanıtı gibidir (Jackson vd., 1999: 580-582). Öğretim elemanları öğrenmeyi teşvik etmek, öğrencilerin ilgi ve dikkatini çekmek için sınıf içerisinde teknolojiyi yüksek oranda kullanmaya başlamıştır. İnternetin de son yıllarda gösterdiği gelişmeyle birlikte daha etkili ve yaratıcı ders işleme mümkün olmuştur (Cramer vd., 2006: 29).

Öğrenciler eğitim gördükleri bölüm ve sınıfa göre farklı değerlendirmelerde bulunmaktadırlar. Bu durumda fakülte yönetimlerine düşen görev, eğitim kalitesi ve rekabet yeteneği açısından yetersiz olan bölüm ya da bölümleri ve bunların altında yatan nedenleri belirlemek ve gerekli çözüm yollarını üretmektir (İbicioğlu ve Doğan, 2003: 48).

Olumlu bir bakış açısıyla araştırmacılar yüksek öğretim öğrencileri ile ilgili aşağıdaki varsayımlarda bulunurlar (Mcinnis, 2004: 386):

- Her tür geçmişe sahip ve her yaştaki öğrenciler, üniversitelerin kendilerine entelektüel birikim sağlamalarını bekler ve buna ihtiyaç duyar;
- Yüksek öğretimin amacı, yaşam boyu devam eden öğrenme sürecinde, öğrencilere entelektüel bağımsızlık kazandırmaktır;
- Öğrenciler, geçmiş bilgi ve yetenekleri unutulmadan aktif öğrenme sürecinde ele alınırlarsa en iyi öğrenmeye ulaşılmış olur;
- Sosyal bir grup içerisinde öğrenme, öğrencinin yaşam kalitesi için çok önemlidir;
- Üniversite sadece hayata hazırlayan bir araç değil, hayatın kendisidir ve böyle değerlendirilmelidir.

Araştırmacılar, öğrencilerin dış baskılara karşı savunmasız olduğu için üniversitedeki ilk yıllarının hayati önem taşıdığını varsaymaktadır. Ayrıca, çok çeşitli bir popülasyondan gelen birçok öğrenci için okul ve üniversite arasında neredeyse bir uçurum olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayımlar belirgin hale getirildikten sonra birçok çalışmaya rehberlik etmişlerdir ve uzun yıllardan beri anket aracı olarak kullanılmaktadırlar (Mcinnis, 2004: 387).

Genel olarak, aynı sınıftaki öğrencilerin öğretim elemanlarını algılamaları arasında büyük farklılıklar vardır. Öğrenciler, özellikle kişiliğe dayalı sebeplerle değerlendirmelerini şekillendirmektedirler. Öğrencilerin öğretim elemanlarını olumlu algılaması için öğretim elemanlarının sahip olması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilir: öğrencileri dikkate alma, gerçeklik, alçakgönüllülük, dürüstlük, esprili olma, tutkuyla öğretme, derse hazırlıklı gelme, yüksek standartlara sahip olma ve zamanı iyi kullanma. Fakülte yönetimlerinin, bir sınıftaki algılamalarda meydana gelecek küçük değişimlerin fakülteyi büyük oranda etkileyebileceğinin farkında olmaları gerekir (Clayson, 2005: 121-122).

İngiltere'deki öğrencilerin eğitimden beklenti ve istekleri ve okul tarafından bunların ne kadarının karşılandığına yönelik yapılan bir çalışmada ise şu sonuçlara ulaşılmıştır: Öğrencilerin büyük bir kısmı okuldan hoşlanmaktadır. Keys ve Fernandes (1993) tarafından yapılan analize göre, okuldan hoşlanmayan öğrenciler okulu, sıkıcı, önemsiz ve zaman kaybı olarak algılamaktadır, öğretim elemanlarından hoşlanmamakta ve sınıf içerisinde olumsuz davranışlar sergilemektedirler. Ancak, genel olarak öğrenciler, öğretim elemanları ile ilgili olumlu fikirlere sahiptirler ve onların kendilerine adil ve

nazik davrandığına, kendilerini dikkatlice dinlediğine, daha çok çalışmalarını sağladıklarına ve dersi ilginç hale getirmeye çalıştıklarına katılmaktadırlar. Ayrıca, Keys ve Fernandes (1993) öğrencilerin, eğitimin amacını iş bulmaya yardımcı olmak olarak algıladıklarını vurgulamaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu, okulda başarılı oldukları oranda ailelerinden destek göreceklere inanmaktadırlar (Keys, 2006: 94).

VII. Yöntem

Araştırma kapsamında, ilgili literatürün de değerlendirilmesiyle, geliştirilip test edilen hipotezler şunlardır:

H₁: Bayan öğrenciler, erkek öğrencilere oranla fakülteye ilişkin daha olumlu algılamalara sahiptirler.

H₂: Not ortalaması yüksek olan öğrenciler, not ortalaması düşük olan öğrencilere oranla fakülteye ilişkin daha olumlu algılamalara sahiptirler.

H₃: 3. sınıfta öğrenim görmekte olan öğrenciler, 4. sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilere oranla fakülteye ilişkin daha olumlu algılamalara sahiptirler.

H₄: 2. öğretim öğrencileri, 1. öğretim öğrencilerine oranla fakülteye ilişkin daha olumlu algılamalara sahiptirler.

H₅: Fakülteye ilişkin algılamalarda bölümler arası anlamlı farklar vardır.

Araştırmanın temel varsayımları şu şekilde sıralanmaktadır:

- Fakültenin dış müşterisi olan öğrencilerin görüşleri fakülteyi değerlendirmede başvurulabilecek önemli bir kaynaktır,
- Araştırmanın örneklem grubu Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri evrenini temsil edebilecek özelliktedir.

Araştırma sürecinde çeşitli sınırlılıklarla karşı karşıya kalınmıştır. Bu araştırma; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 2005-2006 öğretim yılında öğrenim görmekte olan 3.

ve 4. sınıf öğrencileri ile, araştırma kapsamında veri toplama amacıyla kullanılan anket ile, öğrencilerin ankete verdikleri cevaplar ile; sınırlıdır.

Literatür araştırması sırasında referans alınan ilgili kaynaklar baz alınarak oluşturulan ankette uygulanan soru formu beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yer alan sorular katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla sorulurken, anketin diğer bölümlerinde öğrencilerin; kampüse, derslere, fakülte personeline ve öğretim üyelerine ilişkin fikirleri Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Katılımcılar bu sorulara; "1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum" seçeneklerinden birini tercih ederek cevap vermişlerdir.

Anket, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinden kasti örneklem metoduyla (Altunışık vd., 2004: 132) seçilen 564 katılımcıya, 19-23 Aralık 2005 tarihleri arasında, kampus alanı içerisinde bulunan muhtelif yerlerde (derslikler, yemekhane, kütüphane, kafeterya), yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulanmıştır. Yapılan anket sonucunda elde edilen veriler değerlendirilirken öncelikle verilerin belirtici istatistikleri hesaplanmıştır (Arseven, 2004: 11-18). Daha sonra ölçeğin incelenmesi her bir soru bazında yapılırken ikili grup karşılaştırmaları için "Bağımsız Örneklem t-Testi"; çoklu grup karşılaştırmalar için ise "ANOVA Testi" kullanılmıştır (Baş, 2005: 149-152).

Anket 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşan 564 kişiye uygulanmıştır. Kasti örneklem metoduyla, sadece 3. ve 4. sınıf öğrencilerine uygulanmasının sebebi, fakülteyi daha uzun süredir tanımasını nedeniyle fakülteye ilişkin daha sağlıklı yanıtlar verecek olmaları konusunda duyulan inançtır. Çanakkale Onsekiz

Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde öğrenim görmekte olan 2110 öğrenci bulunmaktadır. Hedef kitledeki birey sayısı bilindiği için, örneklem büyüklüğünü seçerken kullanılan formülden hareketle (Baş, 2005: 45); anlamlı olması için en az 325 kişiye uygulanması gereken anket, güvenilirliği arttırmak amacıyla 564 katılımcıya uygulanmıştır.

VIII. Analiz Ve Bulgular

Katılımcıların % 59’u bayanlardan oluşmaktadır ve %25,7’si İşletme, %18,1’i İktisat, %12,6’sı Maliye, %17’6’sı Kamu Yönetimi, %10,6’sı Uluslararası İlişkiler ve %15,4’ü Çalışma

Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümlerinde öğrenimlerini sürdürmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %61,7’si 1. öğretim ve %38,3’ü 2. öğretim öğrencisidir. %53,3’ü 3. sınıf ve %46,7’si 4. sınıf olan katılımcılar not ortalamalarına göre değerlendirildiğinde %25,7’sinin “0,00-1,99”, %18,1’inin “2,00-2,49”, %12,6’sının “2,50-2,99”, %17,6’sının “3,00-3,49” ve %10,6 “3,50-4,00” not aralığında olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin fakülteye ilişkin algılamalarına yönelik frekans analizine yönelik sonuçlar Tablo 1’de sunulmuştur:

Tablo 1: Öğrencilerin Fakülteye İlişkin Algılamalarının Dağılımı*

Önergeler		1	2	3	4	5	Mean	Mode
Kampüse İlişkin Önergeler								
Kampüse zamanında ulaşım da sorun yaşanmamaktadır.	n %	136 24,1	123 21,8	75 13,3	146 25,9	72 12,8	2,81	4
Kampüse ulaşım maliyeti öğrenci bütçesini zorlamamaktadır.	n %	253 44,9	84 14,9	48 8,5	49 8,7	120 21,3	2,46	1
Yemekhanenin fiziki koşulları kampus için yeterlidir.	n %	81 14,4	124 22,0	164 29,1	149 26,4	32 5,7	2,87	3
Yemekhanedeki yemek çeşitleri yeterlidir.	n %	75 13,3	106 18,8	150 26,6	181 32,1	37 6,6	3,00	4
Yemekhanenin fiyatları öğrenci bütçesine uygundur.	n %	113 20,0	106 18,8	118 20,9	164 29,1	49 8,7	2,87	4
Kafeteryadaki fiziki koşulları kampus için yeterlidir.	n %	130 23,0	162 28,7	116 20,6	116 20,6	23 4,1	2,52	2
Kafeteryadaki yemek çeşitleri yeterlidir.	n %	81 14,4	131 23,2	164 29,1	148 26,2	24 4,3	2,82	3
Kafeteryadaki fiyatlar öğrenci bütçesine uygundur.	n %	162 28,7	164 29,1	121 21,5	85 15,1	17 3,0	2,33	2
Kitap sayısı ve çeşidi yeterlidir.	n %	210 37,2	146 25,9	116 20,6	58 10,3	20 3,5	2,15	1
Sürelili yayın sayısı ve çeşidi yeterlidir.	n %	211 37,4	158 28,0	109 19,3	52 9,2	11 2,0	2,06	1
Kütüphanedeki internet olanakları (örneğin; veri tabanları) yeterlidir.	n %	209 37,1	136 24,1	102 18,1	82 14,5	20 3,5	2,21	1
Kütüphanenin fiziki koşulları çalışmaya elverişlidir.	n %	89 15,8	111 19,7	133 23,6	172 30,5	44 7,8	2,95	4
Kitap ve süreli yayın teslim tarihleri yeterlidir.	n %	100 17,7	111 19,7	131 23,2	165 29,3	39 6,9	2,88	4
Kampus sosyal faaliyet gerçekleştirmeye elverişlidir.	n %	317 56,2	103 18,3	63 11,2	40 7,1	26 4,6	1,83	1
Dersliklerin büyüklüğü yeterlidir.	n %	79 14,0	72 12,8	123 21,8	218 38,7	47 8,3	3,15	4
Öğrenci kulüpleri yeterli desteği görmektedir.	n %	203 36,0	152 27,0	135 23,9	35 6,2	19 3,4	2,11	1

Personele ilişkin Önermeler									
Personeli yardımcıdır.	n	78	92	150	158	39	2,98	4	
	%	13,8	16,3	26,6	28,0	6,9			
Personeli konusunda bilgilidir.	n	63	105	183	134	31	2,93	3	
	%	11,2	18,6	32,4	23,8	5,5			
Personelle kolay iletişim kurulabilmektedir.	n	70	107	131	168	38	2,99	4	
	%	12,4	19,0	23,2	29,8	6,7			
Fakülte yönetimiyle kolay iletişim kurulabilmektedir.	n	89	77	128	151	34	2,92	4	
	%	15,8	13,7	22,7	26,8	6,0			
Derslere İlişkin Önermeler									
Derslerin içeriği yeterlidir.	n	114	142	132	129	28	2,66	2	
	%	20,2	25,2	23,4	22,9	5,0			
Dersler güncel konular içermektedir.	n	95	145	129	155	23	2,76	4	
	%	16,8	25,7	22,9	27,5	4,1			
Dersler araştırmaya teşvik edicidir.	n	135	151	130	108	21	2,50	2	
	%	23,9	26,8	23,0	19,1	3,7			
Derslerle ilgili yeterli materyal kullanılmaktadır.	n	168	173	118	74	17	2,27	2	
	%	29,8	30,7	20,9	13,1	3,0			
Dersler öğrencinin kişisel gelişimine yardımcı olmaktadır.	n	133	137	142	108	11	2,49	3	
	%	23,6	24,3	25,2	19,1	2,0			
Yabancı dil eğitimi yeterlidir.	n	288	115	70	41	16	1,83	1	
	%	51,1	20,4	12,4	7,3	2,8			
Bilgisayar eğitimi yeterlidir.	n	336	104	50	24	14	1,63	1	
	%	59,6	18,4	8,9	4,3	2,5			
Derslerde uygulamaya yönelik çalışmalar yapılmaktadır.	n	255	142	61	47	19	1,92	1	
	%	45,2	25,2	10,8	8,3	3,4			
Sınavlar öğrencilerin başarılarını ölçebilmektedir.	n	256	120	91	40	19	1,95	1	
	%	45,4	21,3	16,1	7,1	3,4			
Öğrenciler staja teşvik edilmektedir.	n	201	117	90	71	31	2,24	1	
	%	35,6	20,7	16,0	12,6	5,5			
Bölümünüzdeki Öğretim Üyelerine İlişkin Önermeler									
Öğretim üyeleri bilgilidir.	n	52	79	158	182	44	3,17	4	
	%	9,2	14,0	28,0	32,3	7,8			
Öğretim üyeleri objektiftir.	n	82	115	150	140	27	2,83	3	
	%	14,5	20,4	26,6	24,8	4,8			
Öğretim üyeleri güler yüzlüdür.	n	66	99	177	140	30	2,94	3	
	%	11,7	17,6	31,4	24,8	5,3			
Öğretim üyeleri dinamikdir.	n	69	104	169	142	31	2,93	3	
	%	12,2	18,4	30,0	25,2	5,5			
Öğretim üyeleri derste yeterli kaynak kullanmaktadır.	n	71	140	160	118	23	2,77	3	
	%	12,6	24,8	28,4	20,9	4,1			
Öğretim üyeleri dersi amacına uygun işlemektedir.	n	57	99	160	170	25	3,01	4	
	%	10,1	17,6	28,4	30,1	4,4			
Öğretim üyeleri derslere düzenli olarak devam etmektedir.	n	45	60	111	208	85	3,45	4	
	%	8,0	10,6	19,7	36,9	15,1			
Öğretim üyeleri derslere hazırlıklı gelmektedir.	n	38	74	141	197	61	3,33	4	
	%	6,7	13,1	25,0	34,9	10,8			
Öğretim üyeleri derslerde anlaşılır ve etkili bir dil kullanmaktadır.	n	52	98	147	181	34	3,09	4	
	%	9,2	17,4	26,1	32,1	6,0			
Öğretim üyeleri öğrencileri derse katılmaya özendirilmektedir.	n	76	111	176	117	28	2,82	3	
	%	13,5	19,7	31,2	20,7	5,0			
Öğretim üyeleri dersi günlük hayattaki örneklerle güncelleştirmektedir.	n	74	113	149	148	24	2,87	3	
	%	13,1	20,0	26,4	26,2	4,3			
Öğretim üyeleri sorulara ve eleştirilere açıktır.	n	121	95	143	120	35	2,71	3	
	%	21,5	16,8	25,4	21,3	6,2			

* 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum n = Frekans, %= Yüzde

Yukarıdaki tabloda katılımcılar demografik özelliklerine göre gruplandırılmamıştır. Kampus ve personele ilişkin önermelerin fakülte bazında değerlendirilmesinin daha anlamlı olacağı yönündeki inanç sebebiyle, araştırmanın bundan sonraki bölümünde sadece dersler ve öğretim üyelerine ilişkin önermelerde katılımcıların görüşleri demografik özelliklerine göre gruplandırılarak çapraz tablolarda sunulmuş ve gruplar arası farklar çoklu gruplarda ANOVA testiyle, ikili gruplarda t-testiyle araştırılmıştır.

Ankette bulunan önermeler ile cinsiyet ve not ortalaması değişkenleri arasında bir ilişki bulunamamıştır. Eğitim görülen bölümlere göre ortaya çıkan farklılıklara göre ise; Kamu Yönetimi, Maliye ve Uluslararası İlişkiler bölümleri arasında anlamlı farklar vardır. Uluslararası İlişkiler bölümü “dersler güncel konular içermektedir” önermesine en çok katılan bölümdür. En az katılan bölümler ise sırasıyla Kamu Yönetimi ve Maliye bölümleridir. İktisat ve Uluslararası İlişkiler bölümleri arasında anlamlı fark vardır. Uluslararası İlişkiler bölümü “öğrenciler staja tesvik edilmektedir” önermesine en fazla katılan grup iken, İktisat bölümü en az düzeyde katılım göstermiştir.

Bölümler arasında anlamlı fark bulunmayan önermeler ise “dersler kişisel gelişime yardımcı olmaktadır”, “öğretim üyeleri dinamiktir”, “öğretim üyeleri dersi günlük hayatla örneklendirmektedir” şeklinde sıralanabilir.

Eğitim görülen sınıfa göre ortaya çıkan farklılıklar “bağımsız t testi” ile incelenmiştir ve bu sonuçlara göre 3. ve 4. sınıflar arasında “ öğrenci klüplerine

yeterli destek verilmektedir” önermesiyle ilgili olarak anlamlı fark yoktur.

3. sınıflar 4. sınıflara oranlara “ders içeriği yeterli” önermesine daha çok katılmaktadırlar. “dersler güncel konular içermektedir” önermesine daha çok katılmaktadırlar, “dersler kişisel gelişime yardımcı olmakta” önermesine daha çok katılmaktadırlar. 3. ve 4. sınıflar arasında “bilgisayar eğitimi yeterli” önermesine katılma düzeyi açısından anlamlı fark yoktur. “öğrenciler staja tesvik edilmekte” önermesine katılma düzeyi açısından anlamlı fark yoktur. 3. sınıflar 4. sınıflara oranlara “öğretim üyeleri bilgilidir” önermesine daha çok katılmaktadırlar. “öğretim üyeleri objektif ” önermesine daha çok katılmaktadırlar. “öğretim üyeleri derse hazırlıklı gelmekte ” önermesine daha çok katılmaktadırlar. “öğretim üyeleri anlasılır ve etkili bir dil kullanmakta” önermesine daha çok katılmaktadırlar.

Eğitim görülen öğrenim şekline göre ortaya çıkan farklılıklar bağımsız t testi ile incelenmiştir ve bu sonuçlara göre; 1. Öğretim ve 2. Öğretim öğrencileri arasında “ders içeriği yeterli” önermesine katılma düzeyi açısından anlamlı fark yoktur. 1. Öğretim ve 2. Öğretim öğrencileri arasında anlamlı fark vardır. 2. Öğretim öğrencileri 1. Öğretim öğrencilerine oranlara “derslerle ilgili yeterli materyal kullanılmaktadır” önermesine daha çok katılmaktadırlar.

IX. Tartışma ve Sonuç

Araştırmanın ilk hipotezi olan H₁ reddedilmiştir. Çünkü önermeler ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Araştırma kapsamında bulunan önermeler ile ilgili algılamalar cinsiyet faktörünün etkisiyle şekillenmemektedir. Benzer şekilde, not ortalaması ile önermeler arasında da

anamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu nedenle H₂ hipotezi de reddedilmektedir. Not ortalamalarının düşük ya da yüksek oluşu doğrultusunda fikir beyan etmeyen öğrencilerin objektif değerlendirmelerde buldukları iddia edilebilir.

H₃ hipotezi ise kabul edilmiştir. Çünkü, araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; 3. sınıfta öğrenim görmekte olan öğrenciler, 4. sınıfta öğrenim görmekte olan öğrencilere oranla fakülteye ilişkin daha olumlu algılamalara sahiptirler. Bu durum 4. sınıfların mezuniyet aşamasında olmaları sebebiyle stresli olmaları ile açıklanabilir. Belki de yaşayacakları olumsuzlukların sorumluluğunu başkalarına yüklemeye çalışmaktadırlar. Bir başka açıdan, bu durum şu şekilde de yorumlanabilir; her geçen yıl dersler ve öğretim üyelerine ilişkin konularda fakülte kendini geliştirmektedir. Nitekim fakültenin yeni binasına taşınmasıyla daha olumlu bir imaj kazandığı bir gerçektir. 4. sınıflar ise mezuniyet aşamasında oldukları için bu olumlu durumdan yeterince etkilenmemişlerdir.

H₄ hipotezi de kabul edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; 2. öğretim öğrencileri, 1. öğretim öğrencilerine oranla fakülteye ilişkin daha olumlu algılamalara sahiptirler. Örneğin, 2. öğretim öğrencileri 1. öğretim öğrencilerine oranla derslerde kullanılan materyallerin yeterli olduğuna daha fazla inanmaktadır. Fakültede bütün eğitim şekillerinde aynı materyal kullanılmasına rağmen böyle bir farkın ortaya çıkması, öğrencilerin beklenti düzeylerinin farklı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Buna göre 1. öğretim öğrencilerinin beklenti düzeyleri daha yüksektir.

Fakülteye ilişkin algılamalarda bölümler arası anlamlı farklar olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre H₅ hipotezi de kabul edilmiştir. Örneğin; “öğrenciler staja teşvik edilmektedir” ve “dersler

güncel konular içermektedir” önermelerine olumlu düzeyde en çok katılan bölüm “Uluslararası İlişkiler” olmuştur. Staja teşvik konusunda en olumsuz katılım “İktisat” bölümünde iken, derslerin güncel konular içermesi konusunda “Kamu Yönetimi” ve “Maliye” bölümleri en olumsuz fikirleri beyan etmişlerdir.

Kampus ve personele ilişkin önermeler, öğrenciler demografik özelliklerine göre gruplara ayrılmadan değerlendirilmiştir. Buna göre frekans analizi tablosuna bakarak değerlendirme yapıldığında, aritmetik ortalama ve mod değerleri arasında büyük farklar olduğu görülmektedir. Bunun sebebi aritmetik ortalamasının uç değerlerden çok fazla etkilenmesidir. Bu çalışmada, yaklaşık 2-3 aralığında değişen aritmetik ortalama sağlıklı bir gösterge olmadığı için mod değerlerine bakılarak saptamalar yapılmıştır. Buna göre, genel olarak öğrencilerin çoğunluğu; “kampüse zamanında ulaşımında sorun yaşanmamaktadır”, “yemekhanedeki yemek çeşitleri yeterlidir”, “yemekhanenin fiyatları öğrenci bütçesine uygundur”, “kütüphanenin fiziki koşulları çalışmaya elverişlidir”, “kitap ve süreli yayın teslim tarihleri yeterlidir”, “dersliklerin büyüklüğü yeterlidir”, “personel yardımcıdır”, “personelle kolay iletişim kurulabilmektedir”, “fakülte yönetimiyle kolay iletişim kurulabilmektedir” önermelerine katılmaktadırlar. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu, genel olarak, “kitap sayısı ve çeşidi yeterlidir”, “süreli yayın sayısı ve çeşidi yeterlidir”, “kütüphanedeki internet olanakları (örneğin; veri tabanları) yeterlidir”, “kampüse ulaşım maliyeti öğrenci bütçesini zorlamamaktadır”, “kampus sosyal faaliyet gerçekleştirmeye elverişlidir”, “öğrenci kulüpleri yeterli

desteği görmektedir” önermelerine kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Analizlerde ortaya çıkan önemli bir diğer nokta; fakültede eğitim gören bütün öğrencilerin yabancı dil ve bilgisayar

eğitimi ile uygulamaya yönelik eğitimi yetersiz bulmalarıdır. Ulaşılan bu sonuçların fakülte yönetiminin kendini değerlendirmesi konusunda faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- AAKER, A. D. ve J. G. MYERS, (1987), *Advertising Management*, Prentice-Hall International, Inc., Third Edition, New Jersey
- ALTUNIŞIK, R., R. ÇOŞKUN, E. YILDIRIM, S. BAYRAKTAROĞLU, (2004), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, SPSS Uygulamalı, Sakarya Kitabevi, 3. Basım, Adapazarı
- ARSEVEN, D. Ali, (2004), *Anket Hazırlama*, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara,
- BABAKUS, E., C. C. BIENSTOCK ve J. R. V. SCOTTER, (2004), “Linking Perceived Quality and Customer Satisfaction to Store Traffic and Revenue Growth”, *Decision Sciences*, Volume 35, Number 4, ss. 713-737
- BAŞ, Türker, (2005), *Anket Nasıl Hazırlanır, Uygulanır, Değerlendirilir?*, Seçkin Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara
- CARR, David, (2005), “Personal and Interpersonal Relationships in Education and Teaching: A Virtue Ethical Perspective”, *British Journal of Educational Studies*, Vol.53, No.3, ss. 255–271
- CHAMBEL, M. J. ve L. CURRAL, (2005), “Stress in Academic Life: Work Characteristics as Predictors of Student Well-being and Performance”, *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 54, No. 1, ss.135–147
- CHAPMAN, D. W., J. WEIDMAN, M. COHEN ve M. MERCER, (2005), “The Search for Quality: A Five Country Study of National Strategies to Improve Educational Quality in Central Asia”, *International Journal of Educational Development*, Volume 25, Issue 5, ss. 514-530
- CHEN, C. K. ve J. HUGHES, (2004), “Using Ordinal Regression Model to Analyze Student Satisfaction Questionnaires”, *Association for Institutional Research*, Volume 1, ss.1-13
- CHUNG, E. ve C. MCLARNEY, (2000), “The Classroom as a Service Encounter: Suggestions for Value Creation”, *Journal of Management Education*, Vol. 24, No. 4, ss. 484-500
- CLAYSON, Dennis E., (2005), “Within-Class Variability in Student-Teacher Evaluations: Examples and Problems”, *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, Volume 3, Number 1, ss. 109-124
- COATES, Hamish, (2005) “The Value of Student Engagement for Higher Education Quality Assurance”, *Quality in Higher Education*, Vol. 11, No. 1, ss. 25-36
- CRAMER, K., K. R. COLLINS, D. SNIDER ve G. FAWCETT, (2006), “The Virtual Lecture Hall: Utilisation, Effectiveness and Student Perceptions”, *British Journal of Educational Technology*, ss. 1-10
- DEVEBAKAN, N., H. KOÇDOR, B. MUSAL ve G. GÜNER, (2003), “Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünde Lisansüstü Eğitim Kalitesinin Artırılması Kapsamında Öğrencilerin Eğitime İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi”, *DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı 2, ss. 30-44
- ERDEM, F. ve J. Ö. İŞBAŞI, (2001), “Eğitim Kurumlarında Örgüt Kültürü ve Öğrenci Alt Kültürünün Algılamaları”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 1, ss. 33-57
- GENCEL, Ufuk, (2001), “Yükseköğretim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi Ve Akreditasyon”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 3, Sayı:3, ss.164-218

- GÜLCAN, Y., Y. KUŞTEPELİ ve C. ALDEMİR, (2002), “Yüksek Öğretim’de Öğrenci Doyumu: Kuramsal Bir Çerçeve ve Görgül Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 7, Sayı 1, ss. 99-114
- HAN, K.Jin, (1998), “Brand Extensios in A Competitive Context: Effects of Competitive Targets and Product Attribute Typicality on Perceived Quality”, *Academy of Marketing Science Rewiev*, Number 1, ss.1-13.
- HEYNEMAN, P. Stephen, (2004), “International Education Quality”, *Economics of Education Review*, Volume 23, Issue 4, ss. 441-452
- HOFFMAN, K. D. ve M. A. KRETOVICS, (2004), “Students as Partial Employees: A Metaphor for the Student-Institution Interaction”, *Innovative Higher Education*, Vol. 29, No. 2, ss. 103-120
- İBİCİOĞLU, H. ve H. DOĞAN, (2003), “Süleyman Demirel Üniversitesine Bağlı Meslek Yüksek Okullarındaki Programların Eğitim Kalitesi ve Rekabet Yeteneğine İlişkin Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 8, Sayı 3, ss. 27-48
- İNCEOĞLU, Metin, (2000), “Tutum-Algı-İletişim”, İmaj Yayıncılık, 3. Basım, Ankara
- İSLAMOĞLU, A. Hamdi, (2003), “Tüketici Davranışları”, Beta Basım, İstanbul
- JACKSON, D. L., C. R. TEAL, S. J. RAINES, T. R. NANSEL, R. C. FORCE ve C. A. BURDSAL, (1999), “The Dimensions of Students’ Perceptions of Teaching Effectiveness”, *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 59, No. 4, ss. 580-596
- KEYS, Wendy, (2006), “Student Choices and Values in England”, *European Journal of Education*, Vol. 41, No. 1, ss. 85-97
- KORUKOĞLU, Ayşen, (2003), “Üniversite Öğrencilerinin Eğitimden Beklentileri: Ege Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1, ss. 79-89
- KOVESI, J., T. SZABO ve G. BOTA, (2004), “Quality Evaluation of the Hungarian Higher Education Based on the Opinion of the ‘Customers’: An Application at Budapest University of Technology and Economics”, *European Journal of Engineering Education*, Vol. 29, No. 3, ss. 389-399
- MACLELLAN, Effie, (2005), “Conceptual Learning: The Priority for Higher Education”, *British Journal of Educational Studies*, Vol.53, No.2, ss. 129-147
- MCINNIS, Craig, (2004), “Studies of Student Life: An Overview”, *European Journal of Education*, Vol. 39, No. 4, ss. 383-394
- MOOGAN, Y., S. BARON, ve K. HARRIS, (1999), “Decision Making Behaviour of Potential Higher Education Student”, *Higher Education Quarterly*, Volume 53, Number 3, ss. 211-228
- NEZ-TUR, V. M., J. M. PEIRO, J. RAMOS ve C. MOLINER, (2006), “Justice Perceptions as Predictors of Customer Satisfaction: The Impact of Distributive, Procedural, and Interactional Justice”, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 36, No.1, ss. 100-119.
- ODABAŞI, Y. ve G. BARIŞ, (2004), “Tüketici Davranışı”, MediaCat Yayınları, 4. Basım, İstanbul
- PEARSON, C. A. L. ve S. R. CHATTERJEE, (2004), “Expectations and Values of University Students in Transition: Evidence from an Australian Classroom”, *Journal of Management Education*, Vol. 24, No. 4, ss. 427-446
- POPLI, Sapna, (2005), “Ensuring Customer Delight: A Quality Approach to Excellence in Management Education”, *Quality in Higher Education*, Vol. 11, No. 1, ss. 17-24
- RANDALL, John, (2002), “Quality Assurance: Meeting the Needs of the User”, *Higher Education Quarterly*, Volume 56, No. 2, ss. 188-203

SHABANOV, G.A., (2005), “The Quality of Education in a Nonstate Institution of Higher Learning”, *Russian Education and Society*, Vol. 47, No. 10, ss. 47–59.

SMITH, M. E., G. A. ZSIDISIN ve L. L. ADAMS, (2005), “An Agency Theory Perspective on Student Performance Evaluation”, *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, Volume 3, Number 1, ss. 29-46

ZHANG, Liang, (2005), “Do Measures of College Quality Matter?:The Effect of College Quality on Graduates’ Earnings”, *Forthcoming in the Review of Higher Education*, ss. 1-35