

## MERSİN ÜNİVERSİTESİ MERKEZİ KAFETERYA'DAKİ YİYECEK İÇECEK HİZMETLERİNİN ÖĞRENCİLER TARAFINDAN ALGILANAN KALİTE, MEMNUNİYET VE ALGILANAN RİSK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Doç. Dr. Kamil UNUR**

Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi

[kunur@mersin.edu.tr](mailto:kunur@mersin.edu.tr)

**Öğr. Gör. Bayram KANCA**

Giresun Üniversitesi Dereli Meslek Yüksekokulu

[bayram.kanca@giresun.edu.tr](mailto:bayram.kanca@giresun.edu.tr)

### Özet

Bu çalışmayla Mersin Üniversitesi öğrencilerinin üniversitede sağlanan kamusal yiyecek içecek hizmetlerini değerlendirmeleri amaçlanmıştır. Değerlendirme boyutları olarak bu hizmetlerle ilgili algılanan kalite, memnuniyet ve algılanan risk seçilmiştir. Cinsiyete göre kota örnekleme yönteminin kullanıldığı çalışmada toplam 734 öğrenciden veri toplanmıştır. Bulguların analizinde, öncelikle anketlerde yer alan ölçekler faktör analizine tabi tutulmuştur. Daha sonra oluşturulan faktörlere, katılımcıların çeşitli özelliklerine göre bağımsız tek örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre öğrencilerde algılanan kalitenin hizmet güvenilirliği, heveslilik ve güvence boyutlarının; algılanan riskte ise, zaman, finansal ve fiziksel boyutlarının öne çıktığı söylenebilir. Öğrencilerin algıladıkları kalite ve memnuniyetin orta düzeyde olduğutespit edilmiştir. Öğrencilerin demografik özelliklerine göre çeşitli düzeylerde algıladıkları kalite, risk ve memnuniyet düzeylerinde farklılıklar bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite, Memnuniyet, Risk, Yiyecek, Üniversite

## ANALYSIS OF MERSIN UNIVERSITY'S CENTRAL CAFFETERIA BY STUDENTS'PERCEIVED QUALITY, SATISFACTION AND PERCEIVED RISK

### Abstract

The aim of this study is to analyse the central cafeteria's food and beverage services provided for sutudents in Mersin University using students' perceptions. Analyses dimensions were choosen as perceived quality, satisfaction and risk of these services. Using quota sampling, a total of 734 students were participated to the study. In analyzing the findings, first the scales in the questionnaires were analyzed using factor analysis. The factors then were tested using t-test and one way variance (ANOVA) analysis. The findings showed that students perceived quality's service reliability to responsiveness and assurance; about the perceieved risk, time, financial and phisicaldimensions were ranked first. In addition we found students have middle level quality perception and satisfaction about services of Mersin University's Central Cafeteria. According to the demographic characteristics of students the irquality and risk perception and satisfaction levels have been detected at various level.

**Key Words:** Quality, Satisfaction, Risk, Food and University

### 1.Giriş

Yiyecek içecek işletmeleriyle ilgili bilimsel yazın incelendiğinde ticari işletmeler ve kamusal işletmeler olmak üzere iki başlık altında değerlendirildiği görülmektedir (Sökmen, 2005: 22). Ticari yiyecek-içecek işletmeleri otellerden restoranlara kadar geniş bir yelpazeyi temsil ederken; kamu işletmelerinde sunulan yiyecek-içecek hizmetleri okullar, hastaneler, askeriye, hapisane gibi kurumlarda var olan ve kar amacı güdülmeyen faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Türksoy, 2002: 21). Hem ticari hem de kamu işletmelerinde yiyecek-içecek hizmeti alan bireylerin ortak beklentisi ise; söz konusu hizmetlerin hijyenik şartlarda sağlanıp, estetik bir şekilde sunulması ve ödenilen ücrete değer bir yapıda olmasıdır.

Bir yiyecek ürünü her ne kadar somut malzemelerden oluşsa da bu ürünün değerlendirilmesinde kişinin subjektif olan algıları etkili olmaktadır (Harvey, 1998: 585). Yemek yenilen ortamın atmosferi, hizmetin sunumunu yapan personelin davranış şekli, hizmetin sunum süresi ve müşterinin bu hizmeti almadan önceki beklentileri bu

hizmetle ilgili algılarını etkileyebilmektedir (Andaleeb ve Conway, 2006; Backa, 2012; Bark, Gupta, McLaughlin ve Gomez, 2007; 2008; Koçbek, 2005; Kwun, 2011; Liu ve Jang, 2009; Nama ve Leeb, 2011; Tranter, Gregoire, Fullam ve Lafferty, 2009; Wall ve Berry, 2007; Wua ve Liang, 2009). Bu nedenle, işletmelerin hizmetlerinin müşteriler tarafından nasıl algılandıklarının ve bu hizmetlerden memnun olup olmadıklarının öğrenilmesi verilen hizmetlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi için önemli veriler olabilmektedir.

Üniversitenin merkezi kafeteryada sübvans ederek sunduğu yiyecek içecek hizmetlerinin öğrenciler tarafından nasıl değerlendirildiklerini ve memnuniyet düzeylerinin ne olduğunu bilmesi bu hizmetlere yönelik politikalar oluşturmasında önemli bir veri olabilecektir. Yapılan araştırmayla Mersin Üniversitesi öğrencilerinin üniversitede sağlanan kamusal yiyecek içecek hizmetlerini değerlendirmeleri amaçlanmıştır. Çalışmada şu sorulara cevap aranmıştır:

- 1) Mersin Üniversitesi öğrencilerinin üniversitedeki merkezi kafeteryada verilen yiyecek içecek hizmetlerine yönelik algıladıkları kalite düzeyi nedir?
- 2) Mersin Üniversitesi öğrencilerinin üniversitedeki merkezi kafeteryada verilen yiyecek içecek hizmetlerine yönelik algıladıkları memnuniyet düzeyi nedir?
- 3) Mersin Üniversitesi öğrencilerinin üniversitedeki merkezi kafeteryada verilen yiyecek içecek hizmetlerine yönelik algıladıkları risk düzeyi nedir?

## 2. Alanyazın İncelemesi

Algılama, duyu organları yardımıyla nesnelere, fikir ve düşünceleri anlamlı hale getirmektir (Assael, 1984; akt. İslamoğlu, 2003: 90). Başka bir tanımlamada ise, bireyin anlamlı bir dünya görüntüsü yaratmak için bilgi girdilerini seçme, organize etme ve yorumlama süreci olarak değerlendirilmiştir (Kotler ve Armstrong, 2000).

Hizmet kalitesi ile ilgili olarak erken kavramsallaştırmalar, beklentilerin onaylanmaması modeline dayandırılmaktadır. Beklentilerin onaylanmaması kuramı ise, hizmeti almadan önceki hizmete yönelik beklentilerimiz ile hizmeti aldıktan sonraki algılamalarımızın sonuçlarının karşılaştırılması olarak görülmektedir (Brady ve Cronin, 2001: 35). Alan

yazında araştırmacıların uzlaştığı ortak bir tanım olmamakla birlikte, algılanan hizmet kalitesi; bir hizmete yönelik olarak genel bir değerlendirme veya tutum olarak incelenmektedir (Bolton ve Drew, 1991: 379; Lee, Lee ve Yoo, 2000: 219; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 97).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) hizmet sektöründe yaptıkları çalışma sonucu SERVEQUAL adı verilen beş boyut ve 22 çift önermeden oluşan hizmet kalitesi ölçeğini geliştirmişlerdir. Bu boyutları fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati olarak adlandırmışlardır.

SERVQUAL ölçeğinde adı geçen *fiziksel özellikler*; fiziksel olanaklar, ekipmanlar, hizmet ile ilgili diğer araçlar, çalışanların giyimi, dekorasyon ve iletişim araçları olarak tanımlanmaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1993; Buttle, 1996; Kotler ve Keller, 2006). *Güvenilirlik*, söz verilen hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği ve müşterilerin yaşadığı problemlerin çözümü gibi konuları içermektedir (Buttle, 1996; Kotler ve Keller, 2006; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1993). *Heveslilik*, müşterilere yardım etme isteğinin bulunması, hizmetin doğru ve hızlı bir şekilde verilmesini ifade etmektedir (Buttle, 1996; Kotler ve Keller, 2006; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1993). *Güvence*, çalışanların bilgili ve nazik olması, müşterilerde güven duygusu oluşturabilme becerileri, çalışanların müşteri sorularına cevap verebilme yeterliliği olarak değerlendirilmektedir (Buttle, 1996; Kotler ve Keller, 2006; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1993). *Empati* ise, hizmet sunanların kendilerini müşterilerin yerine koyabilmelerini, her bir müşteriye bireysel olarak ilgi göstermelerini ve müşteri gereksinimlerinin çalışanlarca bilinmesini içermektedir (Buttle, 1996; Kotler ve Keller, 2006; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1993).

Müşterilerin yiyecek içecek işletmelerinin hizmetlerine yönelik algıladıkları kaliteyle ilgili çalışmalarda genel olarak müşterilerin işletmenin hizmetlerine yönelik algıladıkları kalitenin düzeyini belirleme, kalitenin hangi boyutlarının müşterilerce daha fazla önemsendiğini belirleme, müşterilerin algıladıkları kalitenin işletmenin hizmetlerinden duydukları memnuniyet üzerinde etkisinin olup olmadığı ve tekrar satınalma niyetlerini etkileyip etkilemediği gibi konular incelenmiştir (Bark, 2008; Gupta, McLaughlin ve

Gomez, 2007; Koçbek, 2005; Kwun, 2011; Liu ve Jang, 2009; Wall ve Berry, 2007). Algılanan kalitenin boyutları yiyecek içecek sektörüne uygun olarak; hijyen, çevre temizliği, personelin özenli ve dikkatli hizmeti, ambiyans, gıdaların lezzeti, yiyeceklerin tazeliği, hizmet güvenilirliği ve servis performansı, telefonla rezervasyon olanağı, yemek yerken kendini rahat hissettirme gibi maddelerle değerlendirilmektedir (Bark, 2008; Gupta, McLaughlin ve Gomez, 2007; Koçbek, 2005; Kwun, 2011; Liu ve Jang, 2009; Wall ve Berry, 2007).

Oliver tüketici memnuniyetini, tatminkârlık ve tatmin olmama seviyeleri de dâhil olmak üzere, bir mal veya hizmetin bir özelliğinden veya bütün olarak kendisinden, tüketimle ilgili keyif verici tatminkârlık yargısı olarak tanımlamaktadır (Duman, 2003: 4). Le Blanc (1992) müşterinin ürünü satın almadan önceki algıladığı performans ile satın aldıktan sonraki algıladığı performans arasındaki farklılıktan doğan tutarsızlığın fonksiyonu olarak ele almıştır (Zailani, Azizzah ve Kopong, 2011: 3). Man ve diğerlerine göre müşteri memnuniyeti, müşterinin ürünü satın almasından sonraki pozitif veya negatif duygularını yansıtan bir değerlendirmedir (Serbest, 2006: 42).

Alanyazında yiyecek içecek işletmelerinde müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin (fiyat, personelin duyarlılığı, müşteriyle etkileşimi, yiyeceklerin tadı, sunumu, temizliği, müşterilerin demografik özellikleri) belirlenmesi, hangi faktörün müşteri memnuniyeti üzerinde daha etkili olduğu, müşterilerin algıladıkları değer ve hizmet kalitesinin memnuniyet düzeylerini etkileyip etkilemediğine ve bu etkinin düzeyinin ne olduğuyula ilgili çok sayıda çalışma (Andaleeb ve Conway, 2006; Backa, 2012; Nama ve Leeb, 2011; Tranter, Gregoire, Fullam ve Lafferty, 2009; Wua ve Liang, 2009) bulunmaktadır. Ayrıca müşteri memnuniyeti ile işletme sadakati ve tekrar satın alma niyeti arasında ilişki olup olmadığıyla ilgili çalışmalar da (Ha ve Jang, 2010a; Ha ve Jang, 2010b; Kim, Ng ve Kim, 2009) müşteri memnuniyetiyle ilgili literatürde öne çıkan çalışmalardandır.

Pazarlama alanyazınında ilk kez 1960 yılında Raymond Bauer tarafından kullanılan algılanan risk kavramı, tüketicilerin satın alma davranışının sonuçlarının belirsiz olması ve bazen de istendiği gibi olmaması olarak tanımlanmıştır (Han, 2005: 12; Chen, 2010:

1608; Lim, 2003: 218). Tüketicilerin satın alma sonrasında yaşayabilecekleri hayal kırıklığı olarak da tanımlanmaktadır (Mitchell, 1998: 166). Bu konuda yapılan bir başka çalışmada, tüketicilerin risk kavramını bir olasılık olarak algılaması halinde “şans”, bir olumsuzluk olarak algılaması halinde ise “tehlike” olarak algılayabilecekleri belirtilmektedir (Kogan ve Wallach, 1964; akt. Reisinger ve Mavondo, 2006: 15).

Hizmet sektöründe yer alan farklı risk çeşitleri Bettman (1973) tarafından fonksiyonel, finansal, zaman, fiziksel, psikolojik, sosyal ve duyumsal risk; turizmde ise, Moutinho (2000) tarafından fonksiyonel, fiziksel, finansal, sosyal ve psikolojik risk olarak ele alınmıştır. Bu risk türlerini kısaca aşağıda açıklanmaktadır (Demirdöğen, Yapraklı, Yılmaz ve Purdue, 2010: 59).

Performans riski, hizmetin beklenen performansı karşılamadığı durumlarda ortaya çıkan kayıp veya zarardır (Horton, 1976: 695; Keh ve Sun, 2008: 122; Mitchell, Moutinho ve Lewis, 2008: 3; Ueltschy, Krampfve ve Yannopoulos, 2004: 61). Fiziksel risk, tüketicinin ürünü kullanırken veya kullandıktan sonra karşılaşılabileceği, tüketicinin sağlığına ve hayatına zarar verebilecek tehditlerdir (Fuchs ve Reichel, 2006: 84; Roselius, 1971: 58; Slevitch ve Sharma, 2008: 88). Sosyal risk, satın alınan bir ürünün tüketicinin sosyal çevresince (ailesi ve arkadaşları gibi) onaylanılmaması ihtimalinde ortaya çıkan risk olarak tanımlanmaktadır (Chen ve He, 2003: 680; Ueltschy, Krampf ve Yannopoulos, 2004: 64). Roselius (1971) finansal riski, ürün başarısız olduğunda ortaya çıkan kaybın, alınan ürünün gereği gibi çalışmasını sağlama maliyeti veya yerine başarılı bir ürün koyabilme maliyeti olarak tanımlamıştır. Zaman riski, satın alma öncesi (tüketicinin ürünü eline geçirincede kadar geçen zaman) ve sonrası harcanan zaman (ürünü kullanmayı öğrenmeye, tamir etmeye, iade etmeye ya da değiştirmeye çalışırken harcadığı zaman) ile ilgilidir (Lewis, 1976; Peter ve Ryan, 1976; akt. Mitchell, Moutinho ve Lewis, 2008: 3).

Yiyecek içecek işletmeleri müşterilerinin risk algılarına yönelik yapılan çalışmalar daha çok riskin fiziksel ve performans boyutları (gıda güvenliği, hijyen, sanitasyon, genetiği değiştirilmiş gıdalar, işletme ve personel temizliği) üzerine yoğunlaşmıştır (Leikasa, Lindemana, Roininenb ve Lahteenma, 2007; Liu ve Jang, 2009; Negüzel, 2009;

Redmond ve Griffith, 2004). Yapılan çalışmalarda müşterilerin bu risk türlerine yönelik algı düzeyleri, riskten kaçınmak için uyguladığı stratejiler ve riskli durumlarda karar verme biçimlerinin de incelendiği görülmüştür (Lobb ve Mazzocchi, 2007; Lusk ve Coble, 2005). Yiyecek içecek sektörü üzerine riskin diğer boyutlarının da değerlendirecek çalışmaların risk literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### 3. Araştırmanın Problem Tanımı, Amacı ve Önemi

Temel amacı sosyal fayda sağlamak olan, bünyesinde bulunan kişiler için sağlığı dikkate alarak ücretsiz ya da düşük fiyatlarla hizmet sunan kamusal yiyecek içecek işletmeleri, Türkiye’de de eğitim, sağlık, askeriye vb. sektörlerin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Okul kantinlerindeki ve hastanelerdeki yiyecek içeceklerin güvenliği, obezite, kantinlerin hizmet kalitesi, bu hizmetlerle ilgili algı vb. konularda çeşitli akademik çalışmalar yapılmıştır (Akınay, 2006; Büyükkoyuncu, 2010; Gündoğan, 2008; Karademir, 2010; Küçük, 2009; Negüzel, 2009; Soytürk, 2010; Uyar, 2006). Kamusal hizmet veren işletmelerden biri olan üniversite yemekhaneleri yılın büyük bir kısmında üniversite öğrencilerine ve personeline hizmet vermektedir. Üniversite öğrencilerine uygun fiyatlarla yiyecek içecek hizmeti vermeyi amaçlayan bu işletmelerin sağladığı hizmetler zaman zaman öğrenciler tarafından yetersiz görülmekte ve tepki toplamaktadırlar(Haberexen, 2008; Haberlink, 2011; Hurriyet Eğitim, 2010a; Hurriyet Eğitim, 2010b). Bu tepkiler zaman zaman artarak üniversitede maddi hasarlarla sonuçlanan ve üniversite yönetimiyle öğrenciler arasında gerginliğe sebep olan, protestolara sebep olabilmekte ve üniversite eğitimini aksatacak boyutlara ulaşmaktadır. Üniversitelerdeki yiyecek içecek hizmetlerine yönelikoluşan memnuniyetsizliğin bu boyutlarda olaylara sebep olması kamusal hizmet amacıyla kurulan bu işletmelerin hizmetlerini ve işleyişini incelemeyi önemli hale getirmiştir. Ayrıca kamusal amaçlı bir üretim gerçekleştiriyor olsa bile bir işletmenin müşterilerinin ihtiyaçlarını makul oranda karşılayabiliyor olması gerekmektedir. Bu işletmelerin sübvansede edildiği dikkate alındığında memnun olunmayan bir hizmeti üretmek kamu kaynaklarının doğru kullanılmadığı şeklinde düşünülebilir. Bu işletmelere aktarılan kaynakların, üniversitelerin bütçelerinden ayrıldığı da dikkate alındığında ekonomik kaybın yanı sıra

eğitim ve bilim için harcanabilecek bir kaynağın yanlış kullanıldığı hatta israf edildiği bile iddia edilebilir. Ancak, sübvance edilerek ve kamu kaynakları kullanılarak Mersin Üniversitesinde üretilen yemeklerden öğrencilerin memnun olması kamu kaynaklarının doğru kullanıldığı şeklinde yorumlanabilir. Tüm bu sebepler bu çalışmanın yapılmasına dayanak oluşturmuştur.

Araştırmanın pratik ve teorik olmak üzere iki tür öneminden söz edilebilir. Araştırma her şeyden önce üniversitede sağlanan kamusal yiyecek içecek hizmetleriyle ilgili bu hizmetlerden yararlananlardan doğrudan veri elde edilmesini sağlamaktadır. Bu verilerin Mersin Üniversitesinin sağladığı kamusal hizmetler kapsamında olan yiyecek içecek hizmetinin üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilmesiyle üniversite yönetimine benimsediği kalite yönetim politikalarının uygulamadaki yansımalarıyla ilgili olarak veri sağlamaktadır. Bu verilerin üniversitenin paydaşlarıyla birlikte “*sürekli iyileşmeyi sağlama*” hedefine ulaşmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, üniversite yemekhanesinin sübvance edildiği de göz önünde bulundurulduğunda üniversiteye mali bir yük getiren bu hizmetin yapılan araştırmayla etkinliği de ölçülmüş olmaktadır.

Araştırmanın teorik katkısı ise, yapılan literatür taramasında yiyecek içeceklerle ilgili tüketicilerin algıladıkları risklere yönelik çalışmaların genellikle riskin fiziksel (ürünü kullanmanın sonucunda bedensel olarak zarar görme) boyutunu ele aldıkları görülmüştür. Bu araştırmayla birlikte tüketicilerin yiyecek içecek satın almayla ilgili algıladıkları risklerin diğer boyutları (performans, finansal, sosyal, vs.) da incelenmektedir. Ayrıca algılanan kalite ve memnuniyet boyutlarıyla ilgili olarak da araştırmanın yapıldığı örneklem açısından literatüre katkıda bulunulacağı düşünülmektedir.

Yapılan araştırmayla Mersin Üniversitesi öğrencilerinin üniversitede sağlanan kamusal yiyecek içecek hizmetlerini değerlendirmeleri amaçlanmıştır. Değerlendirme boyutları olarak bu hizmetlerle ilgili algılanan kalite, memnuniyet ve algılanan risk seçilmiştir. Çalışmada öncelikle Mersin Üniversitesi Çiftlikköy kampüsünde bu hizmetten yararlanan öğrencilerin profili çıkarılarak; yukarıda bahsi geçen değerlendirme



boyutlarının katılımcıların çeşitli özelliklerine (yaş, cinsiyet, sınıf, yemek yeme sıklığı, vb.) göre bir farklılık gösterip göstermediği incelenmektedir. Böylece ilgili kurumun müşteri profili belirlenerek, hizmet sunumun değerlendirilmesinde bu özelliklerin ne derece önemli olduğu anlaşılmaya çalışılmaktadır.

#### 4. Yöntem

Araştırma kapsamında öncelikle yiyecek içecek sektöründe müşterilerin algıladıkları kalite, memnuniyet ve risklerle ilgili daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Uygulama anketinin oluşturulmasında güvenilirliği ve geçerliği daha önceden kabul edilmiş (Brady, Robertson ve Cronin, 2001; Pires, Stanton ve Eckford, 2004; Akbaba, 2006; Sevimli, 2006; Fuchs ve Reichel, 2006; Jungki, 2007; Konuk, 2008) çalışmalar değerlendirilmiş ve bu çalışmaya uyarlanmıştır.

Algılanan risk; sosyal risk, fiziksel risk, finansal risk, performans riski ve zaman riski olmak üzere 5 boyutta ölçülmüştür. Algılanan kalite, SERVQUAL ölçeği uyarlanarak; güvenilirlik, heveslilik, güvence, fiziksel özellikler ve empati boyutlarıyla ölçülmek istenmiştir. Ayrıca çalışmanın konusu dikkate alınarak kalite ölçeğine yemeklerdeki malzemelerin kalitesini belirlemeye yönelik maddeler eklenmiştir. Algılanan memnuniyet ise genel olarak ölçülmüştür.

Hazırlanan anket taslağı üzerinde Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görevli akademisyenlerin görüşleri alınıp gerekli görülen düzeltmeler yapılmıştır. Oluşturulan anket 30.04.2012 - 04.05.2012 tarihleri arasında Mersin Üniversitesi merkezi kafeteryadaki 42 öğrenci üzerinde ön test yapılmıştır. Ön test sonucunda anket formu tekrar gözden geçirilmiştir. Katılımcıların yorumları doğrultusunda kalite ölçeğinin empati boyutuyla ilgili maddeler çalışmada konu edilen hizmetin kamusal bir hizmet olması sebebiyle hizmetle örtüşmediği konusunda fikir birliğine varılmıştır. Bu maddeler anketten çıkarılmıştır. Anketlerdeki ölçeklerde yer alan maddelerin yanıt kategorileri 5'li Likert derecelemesine göre yapılmıştır. Son şekli verilen anket Mersin Üniversitesi Çiftlikköy kampüsündeki merkezi kafeteryada, 28.05.2012 - 08.06.2012 tarihleri arasında üniversite öğrencilerine yüz yüze, bırak topla yöntemleri ile uygulanmıştır.

Çalışma evreni olarak Mersin Üniversitesi Çiftlikköy kampüsündeki öğrenciler seçilmiştir. Üniversitenin ilgili birimlerinden alınan veriler sonucunda kampüs içerisindeki fakültelere, yüksekokullara ve meslek yüksekokullarına kayıtlı 6690 kız öğrenci ve 9983 erkek öğrenci olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarının çalışma evrenini daha iyi temsil edebilmesi için tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden kota örnekleme yöntemi seçilmiştir. Her iki öğrenciden birinin ( $p=0,5$ ) araştırmaya ilgi gösterebileceği varsayılmış ve anlam düzeyi  $\alpha=0,05$  ve hata oranı da 0,05 olarak dikkate alınarak örnek büyüklüğü sınırlı evren formülüne  $(N*(p*z/q)^2)/(N+(p*z/q)^2-1)$  göre hesaplanmıştır. Buna göre örneklem alt sınırı 363 kız öğrenci, 370 erkek öğrenci olarak belirlenmiştir. Araştırma verileri 28.05.2012 - 08.06.2012 tarihleri arasında, hafta içi, öğle yemeği saatleri içinde Mersin Üniversitesi Çiftlikköy kampüsündeki kamusal yiyecek içecek işletmesinde (merkezi kafeterya) müşteri olarak bulunan üniversite öğrencilerine anket uygulanarak toplanmıştır. Toplamda 371 erkek ve 363 kız öğrenciden kullanılabilir anket elde edilmiştir. Elde edilen anket sayısı kota örnekleme uyulduğunu göstermektedir.

Toplanan verilerin güvenilirliği ve geçerliliği kullanılan veri toplama tekniğinin özellikleri ile sınırlı olması, katılımcıların araştırma sorularına doğru cevap verdikleri varsayılması, çalışma sadece Mersin Üniversitesi öğrencileri ile sınırlı kaldığı için, araştırma sonuçları tüm üniversitelere genellenememesi, seçilen kurumun öğrencilerinin hepsine ulaşamama ve ulaşılanların araştırmaya katılmama olasılıkları araştırmanın sınırlılıkları olarak belirlenmiştir. Ayrıca araştırmanın süresi ve yapıldığı dönem ile kullanılan maddi kaynakların düzeyinin de önemli sınırlılıklar olduğu düşünülmektedir.

Çalışma sorularını yanıtlayabilmek amacıyla öncelikle anketlerde yer alan ölçekler faktör analizine tabi tutulmuştur. Daha sonra oluşturulan faktörler, katılımcıların çeşitli özelliklerine göre bağımsız tek örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılarak araştırma bulgularına ulaşılmıştır. Tek yönlü varyans analizinin (ANOVA) kullanıldığı analizlerde gruplar arası farklılığın belirlenmesinde Scheffe ve LSD (LeastSignificantDifference) testlerinden yararlanılmıştır.

Çalışmada öncelikle, anket yoluyla elde edilen veriler, kodlanarak istatistik paket programına aktarılmıştır. İstatistik paket programına aktarılan verilerde kodlama hatası yapıp yapılmadığı kontrol edilmiş, hatalar giderilerek kodlamalar düzeltilmiştir. Anketlerdeki eksik veriler tespit edilmiş, ölçeklere ilişkin eksik veriler ortalamalar kullanılarak tamamlanmıştır. Diğer önemsiz olarak görülen eksik veriler (cinsiyet, yaş, yemek yeme sıklığı, vb.) boş bırakılmıştır. Bu sebeple bazı analizlerde bu verilere ilişkin değerler değişiklik gösterebilmektedir. Bu değişikliğin eksik verilerden kaynaklandığı göz önünde bulundurularak analizler yapılmıştır.

#### 4.1. Ölçekler

Ölçeklere ilişkin verilerin normal dağılıp dağılmadığını görmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri dikkate alınmıştır.  $p < 0.05$  için  $z = 1.96$  araştırmacılar tarafından kabul edilen çarpıklık ve basıklık değerleridir (Özdamar, 2009: 206). Ankette yer alan ölçekler değerlendirildiğinde skewness değerinin -0,200 ile 0,997, kurtosis değerlerinin ise -0,944 ile 1,432 aralığında olduğu görülmüştür. Bu durum ölçeklerdeki verilerin normal dağıldığını göstermektedir.

**Tablo 1.** Ölçeklerin Güvenilirliği

Ölçekler	Cronbach's Alpha	SplitHalf	
		1. parça	2. parça
Algılanan kalite	0,906	0,818	0,874
Algılanan risk	0,740	0,617	0,627
Memnuniyet	0,853		

Ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin Cronbach's Alphas ölçeği yarıya bölme tekniği benimsenmiştir. Tablo 1'deki değerler göz önünde bulundurulduğunda öğrencilere uygulanan ankette yer alan ölçeklerden algılanan risk ölçeğinin oldukça güvenilir; diğer ölçeklerin ise yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

## 4.2. Faktör Analizleri

Faktör analizi uygulanırken faktör sayısının tespitinde öz değeri 1'den büyük olanlar tercih edilmiştir (Kalaycı, 2009: 322). Her ilave faktörün toplam varyansın açıklanmasına katkısının %5'in altında olmamasına dikkat edilmiştir (Kalaycı, 2009: 322). Ayrıca herhangi bir maddenin bir faktöre boyutlanabilmesi için ilgili faktör ile en az 0,300 düzeyinde korelasyona sahip olmasına, bir faktörün en az 3 maddeden oluşmasına, binişik madde durumunda iki faktör arasındaki korelasyon farkının en az 0,100 düzeyinde olmasına ve Varimax dönüşümü uygulanmasına karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2009: 124-125). Bu kriterlere uymayan maddeler faktör analizinden çıkarılmıştır.

### 4.2.1. Öğrencilerin Algıladıkları Kaliteye İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Algılanan kalite ölçeğindeki maddeler faktör analizi başlığı altında yer alan kıstaslar dikkate alınarak analiz yapılmış ve uygun olmayan maddeler analizden çıkarılmıştır. Arta kalan 24 maddeye uygulanan faktör analizi, dört faktör ortaya koymuştur. Bu dört faktörün, toplam varyansın %50,810'unu açıkladığı görülmektedir. Analizde KMO örneklem yeterliliği ölçüsü %93,3 olarak hesaplanmış olup; Bartlett Küresellik testi 0,001 düzeyinde ( $X^2$ : 6015,064 sd: 276,  $p < 0,001$ ) anlamlıdır. Bu iki ölçüt, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu ve analize devam edilebileceğini göstermektedir. Bartlett Küresellik testinin anlamlı olması, verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğine de bir işaret oluşturmaktadır (Kalaycı, 2010: 323). Bu test, aynı zamanda, maddeler arasında anlamlı korelasyonlar olduğunu dolayısıyla veri setinin faktör analizine uygunluğuna da işaret etmektedir (Kalaycı, 2010: 323). Faktör analizi sonuçları Tablo 2'de detaylı olarak görülmektedir.

**Tablo 2.** Öğrencilerin Algıladıkları Kaliteye İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

	Yükü	Öz Değeri	A. Varyans	Ort.	Alfa
<b>I. HEVESLİLİK &amp; GÜVENCE (10 MADDE)</b>		<b>4,455</b>	<b>18,561</b>	<b>3,017</b>	<b>0,863</b>
5.25. Merkezi kafeteryada menüler hazırlanırken çalışanlarının dengeli beslenme ihtiyaçlarının dikkate alındığını düşünüyorum.	0,670			2,8967	
5.24. Merkezi kafeterya çalışanlarının yemeğe gelenlere yeterince zaman ayırdığını düşünüyorum.	0,655			3,0477	
5.21. Merkezi kafeteryada yemek yerken emniyette olduğumu düşünüyorum.	0,648			3,0750	
5.20. Merkezi kafeterya çalışanlarının yemeğe gelenlere güven verdiklerini düşünüyorum.	0,647			3,0163	
5.23. Merkezi kafeteryadaki çalışanların işleriyle ilgili bilgi sahibi olduklarını düşünüyorum.	0,621			3,0559	
5.22. Merkezi kafeterya çalışanlarının her zaman nazik/kibar olduklarını düşünüyorum.	0,613			3,0245	
5.19. Merkezi kafeterya çalışanlarının yemeğe gelenlerin isteklerine cevap vermeye hazır olduklarını düşünüyorum.	0,571			3,0448	
5.16. Merkezi kafeteryada istediğim hizmeti aldığımı düşünüyorum.	0,551			2,9741	
5.17. Merkezi kafeteryada yemeğimi hızlı bir şekilde alabildiğimi düşünüyorum.	0,503			2,9660	
5.18. Merkezi kafeterya çalışanlarının yemeğe gelenlere yardımcı olmaya hazır olduklarını düşünüyorum.	0,500			3,0707	
<b>II. HİZMET GÜVENİLİRLİĞİ (5 MADDE)</b>		<b>2,810</b>	<b>11,709</b>	<b>3,117</b>	<b>0,785</b>
5.13. Merkezi kafeteryada menü içeriğinin ilan edildiği şekilde hazırlandığını düşünüyorum.	0,722			3,1685	
5.14. Merkezi kafeteryada para yükleme işlemlerinin sorunsuz yürüdüğünü düşünüyorum.	0,687			3,1685	
5.15. Merkezi kafeteryada kart okutma işlemlerinin sorunsuz yürüdüğünü düşünüyorum.	0,682			3,1401	

5.12. Merkezi kafeteryada hizmetin doğru sunulduğunu düşünüyorum	0,590			3,1114	
5.11. Merkezi kafeteryada bir sorunla karşılaştığımda çalışanların samimi bir şekilde sorunu çözmeye çalıştığını düşünüyorum.	0,475			2,9973	
<b>III. MAMÜL GÜVENİLİRLİĞİ (4 MADDE)</b>		<b>2,726</b>	<b>11,357</b>	<b>2975</b>	<b>0,789</b>
5.4. Merkezi kafeteryada yemeklerde kullanılan kıyım kalitelidir.	0,800			2,9375	
5.6. Merkezi kafeteryada yemeklerde kullanılan tavuk eti kalitelidir.	0,753			3,0177	
5.5. Merkezi kafeteryada yemeklerde kullanılan parça kırmızı et kalitelidir.	0,746			2,9402	
5.3. Merkezi kafeteryada yemeklerde kullanılan sebzeler kalitelidir.	0,578			3,0041	
<b>IV. FİZİKSEL ÖZELLİKLER (5 MADDE)</b>		<b>2,204</b>	<b>9,183</b>	<b>3.081</b>	<b>0,669</b>
5.8. Merkezi kafeterya çalışanlarının kıyafet ve görünümlerinin temiz olduğunu düşünüyorum.	0,610			3,1946	
5.1. Merkezi kafeteryanın modern görünümlü donanıma sahip olduğunu düşünüyorum.	0,587			3,0095	
5.9. Merkezi kafeteryada kullanılan masa, sandalye, tabak, bardak vb. malzemelerin iyi olduğunu düşünüyorum.	0,567			2,9946	
5.10. Merkezi kafeteryanın hizmet saatlerini uygun buluyorum.	0,564			3,1182	
5.7. Merkezi kafeteryanın iyi fiziksel özelliklere sahip olduğunu düşünüyorum.	0,503			3,0858	

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: %93,3; Genel ortalama:3,044; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:6015,064 sd:276, p<0,001; Açıklanan toplam varyans: %50,810; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,911.

#### 4.2.2. Öğrencilerin Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Öğrencilerin farklı boyutlardaki kalite algılarından sonra genel memnuniyet düzeylerinin ölçülmesi için analizlere devam edilmiştir. Tablo 3'de öğrencilerin genel memnuniyet düzeylerine ilişkin faktör analizi sonuçlarını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, memnuniyet ölçeğindeki 3 maddeye uygulanan faktör analizi, tek faktör

ortaya koymuştur. Adı geçen faktörün toplam varyansın %77,482'sini açıkladığı görülmektedir. Analizde KMO örneklem yeterliliği ölçüsü % 69,9 olarak hesaplanmış olup; Bartlett Küresellik testi 0,001 düzeyinde ( $X^2$ : 1036,163 sd:3;  $p < 0,001$ ) anlamlıdır. Bu iki ölçüt, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu ve analize devam edilebileceğini göstermektedir. Bartlett Küresellik testinin anlamlı olması, verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğine de bir işaret oluşturmaktadır (Kalaycı, 2010: 323). Bu test, aynı zamanda, maddeler arasında anlamlı korelasyonlar olduğunu dolayısıyla veri setinin faktör analizine uygunluğuna da işaret etmektedir (Kalaycı, 2010: 323). Faktör analizi sonucu Tablo 3'de görülmektedir.

**Tablo 3. Öğrencilerin Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları**

	Yükü	Öz Değeri	A. Varya	Ort.	Alfa
<b>I. MEMNUNİYET (3 MADDE)</b>		<b>2,324</b>	<b>77,482</b>	<b>3,136</b>	<b>0,853</b>
9.2. Merkezi kafeteryada yemek yemek akıllıca bir seçimdir.	0,395			3,1201	
9.3. Merkezi kafeteryada yemek yiyerek doğru bir şey yaptığımı düşünüyorum.	0,376			3,1255	
9.1. Merkezi kafeteryada yemek yeme kararından memnunum.	0,365			3,1637	

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %69,9; Genel ortalama: 3,1364; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:1036,163 sd:3;  $p < 0,001$ ; Açıklanan toplam varyans: %77,482; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,853.

#### 4.2.3. Öğrencilerin Algıladıkları Riske İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Algılanan risk ölçeğindeki maddeler faktör analizi başlığı altında yer alan kıstaslara dikkate alınarak analiz yapılmış ve uygun olmayan madde/maddeler analizden çıkarılmıştır. Kalan 22 maddeye uygulanan faktör analizi, beş faktör ortaya koymuştur. Bu beş faktörün, toplam varyansın %54,630'unu açıkladığı görülmektedir. Analizde KMO örneklem yeterliliği ölçüsü %83,4 olarak hesaplanmış olup; Bartlett Küresellik testi 0,001 düzeyinde ( $X^2$ : 4566,080 sd: 231;  $p < 0,001$ ) anlamlıdır. Bu iki ölçüt, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu ve analize devam edilebileceğini göstermektedir. Bartlett Küresellik testinin anlamlı olması, verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğine de bir işaret oluşturmaktadır (Kalaycı, 2006: 323). Bu test, aynı zamanda, maddeler arasında anlamlı korelasyonlar olduğunu dolayısıyla veri

setinin faktör analizine uygunluğuna da işaret etmektedir (Kalaycı, 2006: 323). Faktör analizi sonucu Tablo 4’de görülmektedir.

**Tablo 4.** Öğrencilerin Algıladıkları Riske İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

	Yükü	Öz Değeri	A. Varyans	Ort.	Alfa
<b>I. ZAMAN RİSKİ (7 MADDE)</b>		<b>3,707</b>	<b>16,851</b>	<b>3,399</b>	<b>0,834</b>
1.24. Merkezi kafeteryaya gittiğimde kuyrukta beklemek beni rahatsız ediyor.	0,758			3,4721	
1.22. Merkezi kafeteryaya gitmekte geciktiğim zaman yemek bulamamaktan endişeleniyorum.	0,752			3,3628	
1.21. Merkezi kafeteryada yer bulamama ve kuyruk gibi sorunlar nedeniyle yemek yemeye gitmekten bazen vazgeçiyorum.	0,738			3,4090	
1.23. Merkezi kafeteryaya gitmekte geciktiğim zaman ana yemek seçeneklerinin bazılarını bulamamaktan endişeleniyorum.	0,737			3,4443	
1.25. Merkezi kafeteryada kuyrukta beklediğimde zamanımı boşa harcadığım hissine kapılıyorum.	0,698			3,4367	
1.16. Merkezi kafeteryada bazen oturacak masa bulmakta sıkıntı yaşıyorum.	0,670			3,3655	
1.15. Merkezi kafeteryada sunulan ana yemek seçeneklerinin (3 çeşit) yetersiz olduğunu düşünüyorum.	0,463			3,2993	
<b>II. FİNANSAL RİSK(5 MADDE)</b>		<b>2,234</b>	<b>10,155</b>	<b>2,564</b>	<b>0,696</b>
1.6. Merkezi kafeteryaya yiyecek ve içecekler için ödediğim paranın tam karşılığını aldığımı düşünüyorum.	0,733			2,5524	
1.4. Merkezi kafeteryada kişisel eşyalarımın kaybolma/çalınma riskinin olmadığını düşünüyorum.	0,710			2,5946	
1.8. Merkezi kafeteryadaki yiyecek ve içeceklerin fiyat-kalite dengelerinin uygun olduğunu düşünüyorum.	0,613			2,6367	
1.3. Merkezi kafeteryanın fiziksel planlaması çeşitli kazaları önleyecek şekilde yapılmıştır.	0,610			2,5353	



1.7. Merkezi kafeteryadaki yiyecek ve içecek fiyatlarının üniversitedeki diğer seçeneklere göre daha ucuz olduğunu düşünüyorum.	0,523			2,5027	
<b>III. PERFORMANS RİSKİ (4 MADDE)</b>		<b>2,166</b>	<b>9,848</b>	<b>3.153</b>	<b>0,710</b>
1.12. Merkezi kafeteryadaki yiyeceklerin çok salçalı olduğunu düşünüyorum.	0,812			3,0912	
1.13. Merkezi kafeteryadaki yiyeceklerin çok baharatlı olduğunu düşünüyorum.	0,755			3,1020	
1.11. Merkezi kafeteryadaki yiyeceklerin çok yağlı olduğunu düşünüyorum.	0,617			3,2299	
1.14. Merkezi kafeteryadaki yiyeceklerin çok lezzetsiz olduğunu düşünüyorum.	0,530			3,1885	
<b>IV. FİZİKSEL RİSK (3 MADDE)</b>		<b>1,961</b>	<b>8,915</b>	<b>3,191</b>	<b>0,706</b>
1.1. Merkezi kafeteryada üretilen yiyecek ve içeceklerin gıda güvenliğiyle ilgili endişelerim var.	0,852			3,1456	
1.2. Merkezi kafeteryada üretilen yiyecek ve içeceklerin çeşitli rahatsızlıklara yol açabileceğine ilişkin endişelerim var.	0,852			3,1658	
1.5. Merkezi kafeteryaya giderken ve kafeteryadan dönerken öğrenciler arasındaki tartışmalar nedeniyle tehlikeye maruz kalmaktan endişeleniyorum.	0,460			3,2622	
<b>V. ÇALIŞANLARA YÖNELİK RİSK (3 MADDE)</b>		<b>1,950</b>	<b>8,862</b>	<b>2,455</b>	<b>0,640</b>
1.19. Merkezi kafeteryadaki çalışanların işlerini iyi yaptıklarını düşünüyorum.	0,794			2,4414	
1.18. Merkezi kafeteryadaki çalışanların saygılı olduğunu düşünüyorum.	0,752			2,3978	
1.20. Merkezi kafeteryadaki çalışanların sayısının yeterli olduğunu düşünüyorum.	0,599			2,5245	

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %83,4; Genel ortalama:3,0249; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:4566,080 sd: 231; p<0,001; Açıklanan toplam varyans: %54,630; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,759.

## 5. Verilerin Analizi ve Bulgular

Araştırmada amaçlanan sonuçlara ulaşabilmek için kullanılan ölçekler öncelikle faktör analizine tabi tutulmuştur. Daha sonra çalışmanın değerlendirme boyutlarına ilişkin ortaya çıkan faktörlere katılımcıların çeşitli özelliklerine (Tablo 5) göre farklılık analizleri (t test ve ANOVA) uygulanmıştır. Yapılan farklılık analizleri sonuçları tablolaştırılırken sadece istatistiki açıdan anlamlı fark bulunan faktörlere ve faktör boyutlarına ilişkin değerlere yer verilmiştir.

**Tablo 5. Öğrenci Profili**

Cinsiyet	Frekans	Oran	Devam Ettikleri Program Türü	Frekans	Oran	Öğrenci Sayısı	Oran
Erkek	371	50,4	Önlisans	197	26,8	7794	46,7
Kadın	363	49,3	Lisans	539	73,2	8879	53,3
<b>Toplam</b>	<b>734</b>	<b>99,7</b>	<b>Fakülte/YO/MY0</b>				
<b>Yaş</b>			<b>Fen Edebiyat Fakültesi</b>	167	22,7	2976	18
18-20 yaş	202	27,4	Güzel Sanatlar Fakültesi	24	3,3	242	1
21-22 yaş	306	41,6	İktisadi ve İdari Bilimler F	78	10,6	1301	8
23 ve üzeri yaş	228	31,0	İletişim Fakültesi	38	5,2	295	2
<b>Toplam</b>	<b>736</b>	<b>100,0</b>	<b>Mimarlık Fakültesi</b>	17	2,3	210	1
<b>Sınıf</b>			<b>Mühendislik Fakültesi</b>	117	15,9	1497	9
Hazırlık ve 1.	240	32,6	Turizm Fakültesi	46	6,3	987	6
2. sınıf	277	37,6	Beden Eğitimi Spor YO	10	1,4	178	1
3. ve 4. sınıf	212	28,8	Devlet Konservatuarı	10	1,4	64	0,04
<b>Toplam</b>	<b>729</b>	<b>99,0</b>	<b>Sağlık Yüksekokulu</b>	4	,5	482	3
<b>Yemek Sıklığı</b>			<b>Yabancı Diller Yüksekokulu</b>	15	2,0	-	
Ayda Bir	114	15,5	Mersin Meslek Yüksekokulu	3	,4	1751	11
15 Günde Bir	87	11,8	Sosyal Bilimler M. Y. O.	131	17,8	2261	14

Cinsiyet	Frekans	Oran	Devam Ettikleri Program Türü	Frekans	Oran	Öğrenci Sayısı	Oran
Erkek	371	50,4	Önlisans	197	26,8	7794	46,7
Kadın	363	49,3	Lisans	539	73,2	8879	53,3
<b>Toplam</b>	<b>734</b>	<b>99,7</b>	<b>Fakülte/YO/MY0</b>				
<b>Yaş</b>			<b>Fen Edebiyat Fakültesi</b>	167	22,7	2976	18
18-20 yaş	202	27,4	Güzel Sanatlar Fakültesi	24	3,3	242	1
21-22 yaş	306	41,6	İktisadi ve İdari Bilimler F	78	10,6	1301	8
23 ve üzeri yaş	228	31,0	İletişim Fakültesi	38	5,2	295	2
<b>Toplam</b>	<b>736</b>	<b>100,0</b>	<b>Mimarlık Fakültesi</b>	17	2,3	210	1
Haftada Bir	115	15,6	Takı Teknolojisi ve Tasarımı	3	,4	147	0,09
2-3 Günde Bir	282	38,3	Teknik Bilimler Meslek Y. O.	63	8,6	3782	23
Her gün	124	16,8	Su Ürünleri Fakültesi	10	1,4	-	
<b>Toplam</b>	<b>722</b>	<b>98,1</b>	<b>Toplam</b>	<b>736</b>	<b>100,0</b>	<b>16673</b>	<b>100</b>

Tablo 6’de görüldüğü üzere algılanan kalitenin sadece hizmet güvenilirliğine ilişkin boyutunda bir fark ortaya çıkmaktadır. Kız öğrencilerin merkezi kafeteryada sunulan yiyecek içecek hizmetinin hizmet güvenilirliğine ilişkin algılarının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Algılanan kalitenin hizmet güvenilirliği boyutunda toplanan maddeler göz önünde bulundurulduğunda bu durumun erkek öğrencilerin prosedürlere daha fazla önem verdiği veya kız öğrencilerin prosedürler konusunda daha toleranslı olmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Bir başka neden ise kafeterya çalışanlarının kız öğrencilere daha olumlu yaklaşımları olabilir.

**Tablo 6.** Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Kaliteye İlişkin T Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.	Std.	t	p
Hizmet Güvenilirliği	Erkek	371	3,1030	0,75188	0,03904	3,002	0,003
	Kadın	363	3,2647	0,70656	0,03708		

Algılanan kalitenin öğrencilerin yaşlarına göre bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin analizler Tablo 7 üzerinde detaylı olarak görülebilmektedir. Tablo 7'deki ANOVA analizi sonucuna göre hizmet güvenilirliği boyutunda, 21- 22 yaş ile 23 ve üzeri yaşlar arasında istatistiki açıdan anlamlı fark bulunmuştur. Tablo 7'e göre 23 ve üzeri yaştaki öğrencilerin 21-22 yaştaki öğrencilerden daha çok hizmet güvenilirliği algıladıkları görülmektedir. Algılanan kaliteyle ilgili olarak; hizmetin ilan edildiği gibi sunulması, kart okuma işlemlerinin sorunsuz işlemesi gibi maddeleri içeren hizmet güvenilirliğine yönelik algıların 23 ve üzeri yaştakilerde 21-22 yaştakilerden yüksek çıkmasının sebebi olarak bu yaş grubundakilerin 21-22 yaş grubunda daha çok kafeterya hizmetlerini deneyimle şansı bulmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Daha fazla deneyim sahibi olan 23 ve üzeri yaştaki öğrencilerin daha yüksek hizmet güvenilirliği algılaması; kafeteryanın algılanan kalitenin bu boyutu ile ilgili yönlerinin sorunsuz işlediğini gösterdiği şeklinde yorumlanmıştır.

**Tablo 7. Öğrencilerin Yaşlarına Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Kaliteye İlişkin ANOVA Sonuçları**

	Grup		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata	F	p	Fark
<b>Hizmet Güvenilirliği</b>	A	<b>18-20 yaş</b>	202	3,2294	0,74728	0,05258	3,229	<b>0,040</b>	B<C
	B	<b>21-22 yaş</b>	306	3,1014	0,65035	0,03718			
	C	<b>23 ve üzeri yaş</b>	228	3,2489	0,81764	0,05415			

Öğrencilerin okudukları sınıflara göre kafeteryaya yönelik algıladıkları kaliteye ilişkin ANOVA testi sonuçları Tablo 8 üzerinde yer almaktadır. Öğrencilerin okudukları sınıflara göre merkezi kafeteryadaki hizmetlere yönelik algıladıkları kalite düzeyinde bir fark olup olmadığına ilişkin analizde heveslilik ve güvence boyutunda hazırlık ve 1. sınıf ile 3. ve 4. sınıf arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Hazırlık ve 1. sınıf öğrencilerinin algılanan kalitenin heveslilik ve güvence boyutlarına ilişkin algılarının 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum hazırlık ve 1. sınıf öğrencilerinin üniversitede yeni olmaları, uyum sağlamak amacıyla çevrelerine daha ılımlı yaklaşımları veya çevreyi tanımamaları nedeniyle kafeteryanın

alternatiflerini daha az deneyimleme şansı bulmalarından kaynaklanabilir. Bir başka neden olarak 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin kafeterya hizmetlerini daha fazla deneyimleme şansı bulduklarından kafeterya çalışanları ile yaşamış olabilecekleri olumsuz deneyimlerin tutumlarını etkilemiş olması söylenebilir.

**Tablo 8.** Öğrencilerin Okudukları Sınıfa Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Kaliteye İlişkin ANOVA Sonuçları

	Gru		N	Ort.	Std.	Std.	F	p	Fark
Heveslilik & Güvence	A	Hazırlık ve 1.	240	3,1217	0,71593	0,71593	4,468	0,012	A>C
	B	2.Sınıf	277	3,0066	0,67102	0,67102			
	C	3. ve 4. Sınıf	212	2,9170	0,81916	0,81916			

Tablo 9’de öğrencilerin kafeteryada yemek yeme sıklıklarına göre algıladıkları kaliteye ilişkin ANOVA testi sonuçlarını detaylandırmaktadır. Öğrencilerin merkezi kafeteryada yemek yeme sıklıklarına göre algıladıkları kalitede bir fark olup olmadığına ilişkin yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre öğrencilerin algılanan kalitenin heveslilik& güvence, mamül güvenilirliği ve fiziksel özellikler boyutlarına yönelik algılarının farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Analize göre, ayda bir yemek yiyenler 2-3 günde bir ve her gün yemek yiyenlerden daha az heveslilik&güvence algılamaktadır. Mamül güvenilirliği açısından ise ayda bir yemek yiyenler 15 günde bir, haftada bir ve her gün yemek yiyenlerden daha düşük algıya sahip olduğu söylenebilir. Ayda bir yemek yiyen öğrenciler haftada bir ve her gün yemek yiyenlerden; 2-3 günde bir yemek yiyenler ise, her gün yemek yiyenlerden merkezi kafeteryanın fiziksel özelliklerine ilişkin daha düşük kalite algılamaktadırlar. Ayrıca 2-3 günde bir yemek yiyenler haftada bir yemek yiyenlerden merkezi kafeteryanın fiziksel özelliklerine ilişkin daha düşük kalite algılamaktadırlar. Bu durum öğrencilerin merkezi kafeteryanın fiziksel özelliklerini kalitesiz olarak algıladıklarında ayda bir yemek yedikleri kaliteli olarak algıladıkları

rında her gün yemek yemeleri alanyazına uygun bir göstergedir. 15 günde bir ve haftada bir merkezi kafeteryada yemek yiyenlerin 2-3 günde bir yemek yiyenlerden merkezi kafeteryanın fiziksel özelliklerini daha kaliteli olarak algılamalarının nedeninin

beklentilerinin düşmesi ya da sıklık azalınca tolerans/kabul edebilirliklerinin artması olarak yorumlanmıştır.

**Tablo 9.** Öğrencilerin Kafeteryada Yemek Yeme Sıklıklarına Göre Algıladıkları Kaliteye İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata	F	p	Fark
Heveslilik & Güvence	A	Ayda bir	114	2,8397	0,72728	0,06812	2,498	<b>0,041</b>	A<C
	B	15 günde bir	87	2,9575	0,65141	0,06984			A<D
	C	Haftada bir	115	3,0426	0,71819	0,06697			A<E
	D	2-3 günde bir	282	3,0568	0,68433	0,04075			
	E	Her gün	124	3,1041	0,89071	0,07999			
Mamül Güvenilirliği	A	Ayda bir	114	2,7983	0,89488	0,08381	2,729	<b>0,028</b>	A<B
	B	15 günde bir	87	3,0029	0,63394	0,06797			A<C
	C	Haftada bir	115	3,1087	0,76815	0,07163			A<E
	D	2-3 günde bir	282	2,9406	0,79129	0,04712			
	E	Her gün	124	3,0827	0,99221	0,08910			
Fiziksel Özellikler	A	Ayda bir	114	2,9686	0,77593	0,07267	2,925	<b>0,020</b>	A<C
	B	15 günde bir	87	3,1241	0,64789	0,06946			A<E
	C	Haftada bir	115	3,1826	0,71846	0,06700			D<C
	D	2-3 günde bir	282	3,0086	0,71258	0,04243			D<E
	E	Her gün	124	3,2082	0,79813	0,07167			

Tablo 10'da öğrencilerin kafeteryada yemek yeme sıklıklarına göre memnuniyet düzeylerine ilişkin ANOVA sonuçlarını göstermektedir. Öğrencilerin yemek yeme sıklıklarına göre merkezi kafeteryadaki hizmetlere yönelik memnuniyet düzeylerinde bir fark olup olmadığına ilişkin analizde, ayda bir ile her gün, ayda bir ile 2-3 günde bir ve ayda bir ile haftada bir arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

**Tablo 10.** Öğrencilerin Kafeteryada Yemek Yeme Sıklıklarına Göre Memnuniyet Düzeylerine İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup		N	Ort.	Std.	Std.	F	p	Fark
Memnuniyet	A	Ayda bir	114	2,8065	0,94848	0,08883	7,105	0,000	A<C
	B	15 günde bir	87	3,0460	0,80241	0,08603			A<D
	C	Haftada bir	115	3,2551	0,99151	0,09246			A<E
	D	2-3 günde bir	282	3,1518	0,84358	0,05023			
	E	Her gün	124	3,4113	1,06442	0,09559			

Merkezi kafeteryada ayda bir yemek yiyen öğrencilerinin kafeteryadaki hizmetlerine duydukları memnuniyet haftada bir, 2-3 günde bir ve her gün yemek yiyenlere göre daha düşüktür. Yemek yemek sıklığına göre öğrencilerin merkezi kafeteryanın hizmetlerinden duydukları memnuniyet düzeyiyle ilgili Tablo 10’ da sunulan bulgular öğrencilerin merkezi kafeteryanın hizmetlerinden duydukları memnuniyet arttıkça daha sık bu kafeteryada yemek yediklerini göstermektedir.

Öğrencilerin merkezi kafeteryanın hizmetlerinden duydukları memnuniyeti arttıracak tedbirler misyonunu; “Üniversitemiz öğrencilerinin beden ve ruh sağlığının korunması, barınma, beslenme, çalışma, dinlenme ve ders dışı zamanlarını değerlendirme gibi sosyal ihtiyaçlarını karşılama ve bu amaçla, fiziki alanlar sağlamak ve bunlardan öğrencilerin en iyi şekilde yararlanmaları için gerekli önlemleri almaktır.” olarak tanımlayan Mersin Üniversitesi Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı’nın bunu gerçekleştirebilmesi açısından da dikkate değer olarak görülmektedir.

**Tablo 11.** Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Riske İlişkin T Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	t	p
Performans	Erkek	371	3,0477090	0,80670442	0,04188201	3,696	0,000
Riski	Kadın	363	3,2612790	0,75726762	0,03974624		

Merkezi kafeteryadaki yiyecek içecek hizmetine yönelik öğrencilerin memnuniyet düzeyleri cinsiyetlere göre anlamlı bir farklılık göstermemekle birlikte algılanan riskin

performans riski boyutunda cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmuştur. Tablo 11'e göre kız öğrencilerin erkek göre merkezi kafeteryadaki hizmetlere yönelik algıladıkları performans riski daha yüksek bulunmuştur. Bunun nedeni kız öğrencilerin beslenme şekillerinde erkeklere göre daha özenli, seçici olmaları olabilir. Bir başka neden kız öğrencilerin sağlıklarına ve dengeli beslenmeye daha fazla özen göstermeleri olabilir.

**Tablo 12.** Öğrencilerin Yaşlarına Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Riske İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata	F	p	Fark
Zaman Riski	A	18- 20 yaş	202	3,4395135	0,81641941	0,05744307	5,985	0,003	B<C
	B	21-22 yaş	306	3,2812496	0,76814049	0,04391167			
	C	23 ve üzeri yaş	228	3,5196111	0,86347005	0,05718470			
Fiziksel Riski	A	18- 20 yaş	202	3,1834085	0,92056856	0,06477098	5,214	0,006	B<C
	B	21-22 yaş	306	3,0849673	0,83242960	0,04758683			
	C	23 ve üzeri yaş	228	3,3406433	0,98418487	0,06517923			
Performans Riski	A	18- 20 yaş	202	3,1975950	0,82762809	0,05823171	3,063	0,047	B<C
	B	21-22 yaş	306	3,0687108	0,69292378	0,03961182			
	C	23 ve üzeri yaş	228	3,2263360	0,86759452	0,05745785			

Merkezi kafeteryanın hizmetlerine yönelik algılanan riskin öğrencilerin yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için yapılan analizde zaman riski, (0,003) fiziksel risk (0,006) ve performans riski (0,047) boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Üç risk boyutunda da 21-22 yaş ile 23 ve üzeri yaş arasından anlamlı fark bulunmuştur. Zaman riskini 23 ve üzeri yaştaki öğrencilerin daha yüksek hissetmelerinin nedenleri arasında öğrencilerin yaşları büyüdükçe diğer aktivitelere daha çok vakit ayırmak istemeleri, zamanlarını daha değerli görmeleri sayılabilir. Fiziksel riski ve performans



riskini 23 ve üzeri yaştakilerin daha yüksek hissetmelerinin nedeni olarak ise öğrencilerin yaşları ilerledikçe sağlıklarına daha fazla dikkat etmeleri gösterilebilir.

**Tablo 13.** Öğrencilerin Devam Ettikleri Program Türüne Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Riske İlişkin T Testi Sonuçları

	Devam Ettikleri Program Türü	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	t	p
Fiziksel	Lisans	539	3,2418058	0,91810035	0,03954538	2,553	<b>0,011</b>
Risk	Önlisans	197	3,0526998	0,87910415	0,06263358		

Öğrencilerin merkezi kafeteryada sunulan hizmetlere yönelik algıladıkları riskin devam ettikleri program türüne göre bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan analizde lisans öğrencilerinin 0,011 anlamlılık düzeyinde önlisans öğrencilerinden daha yüksek fiziksel risk algıladıkları tespit edilmiştir. Bu durum lisans öğrencilerinin önlisans öğrencilerinden daha uzun süre okumaları nedeniyle merkezi kafeteryanın hizmetlerini daha fazla deneyimleme şansı bulmaları ve yaşamış olabilecekleri olumsuz deneyim sayısının fazla olmasından kaynaklanabilir.

**Tablo 14.** Öğrencilerin Okudukları Sınıfa Göre Kafeteryaya Yönelik Algıladıkları Riske İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata	F	p	Fark
Zaman Riski	A	Hazırlık ve 1. Sınıf	240	3,3443286	0,79176257	,05110805	5,060	<b>0,007</b>	A<C B<C
	B	2.Sınıf	277	3,3326457	0,77701302	,04668619			
	C	3. ve 4. Sınıf	212	3,5490135	0,88367682	,06069117			
Finansal Risk	A	Hazırlık ve 1. Sınıf	240	2,5096973	0,62989108	,04065929	3,438	<b>0,033</b>	A<C B<C
	B	2.Sınıf	277	2,5293480	0,64240071	,03859812			
	C	3. ve 4. Sınıf	212	2,6679245	0,82284297	,05651309			

Merkezi kafeteryanın hizmetlerine yönelik algılanan riskin öğrencilerin sınıflarına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için yapılan analizde zaman riski (0,007) ve finansal risk (0,033) boyutlarında anlamlı fark bulunmuştur. Öğrencilerin merkezi kafeteryaya yönelik algıladıkları zaman riskine ilişkin hazırlık ve 1. sınıf ile 3. ve 4.

sınıf ve 2. sınıf ile 3. ve 4. sınıf arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bulgulara göre 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin algıladıkları zaman riski hem hazırlık ve 1. sınıf öğrencilerinden hem de 2. ve 3. sınıf öğrencilerinden yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilerin üniversitede geçirdikleri sürenin artmasıyla birlikte sosyal çevrelerinin genişlemesi ve sosyal aktivitelere daha fazla zaman ayırmak istemelerinden kaynaklanabilir. Kafeteryanın alternatifleri olan özel işletmelerde aldıkları hizmet hızını ve şeklini merkezi kafeteryadan da beklmeleri bir başka neden olabileceği düşünülmektedir. Finansal risk boyutunda ise, hazırlık ve 1. sınıf ile 3. ve 4. sınıf arasında ve 2. sınıf ile 3. ve 4. sınıf arasında anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Bu durumun öğrencilerin okudukları bölgede kalma süreleri arttıkça kafeteryanın alternatiflerini deneyimleme şansı bulmaları ve karşılaştırma olanağına sahip olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

**Tablo 15.** Öğrencilerin Kafeteryada Yemek Yeme Sıklıklarına Göre Algıladıkları Riske İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata	F	p	Fark
<b>Zaman Riski</b>	A	<b>Ayda bir</b>	114	3,2524270	0,77495265	0,07258097	3,149	<b>0,014</b>	A<E
	B	<b>15 günde bir</b>	87	3,2692939	0,65371970	0,07008611			B<E
	C	<b>Haftada bir</b>	115	3,3937888	0,81947109	0,07641607			
	D	<b>2-3 günde bir</b>	282	3,3984155	0,80939622	0,04819884			
	E	<b>Her gün</b>	124	3,5879024	0,93406671	0,08388167			

Merkezi kafeteryanın hizmetlerine yönelik algıladıkları riskin öğrencilerin kafeteryada yemek yeme sıklıklarına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için yapılan analizde zaman riski (,014) boyutunda anlamlı fark bulunmuştur. Öğrencilerin merkezi kafeteryaya yönelik algıladıkları zaman riskine ilişkin ayda bir ile her gün ve 15 gün de bir ile her gün arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bulgulara göre her gün yemek yiyen öğrencilerin algıladıkları zaman riski hem 15 günde bir yiyenlerden hem de ayda bir yemek yiyenlerden daha yüksektir. Merkezi kafeteryada yemek saatlerinin belirli bir zaman dilimi ile sınırlı olması sebebiyle, yığılmanın gerçekleşmesi, uzun kuyrukların oluşması, bazı yemek çeşitlerinin veya tümünün bitmesi gibi nedenlerle öğrencilerin

zaman riski duyduğu düşünülmektedir. Belirli bir zaman dilimine sıkışmış bu talebin etkin bir şekilde yönlendirilmesini sağlamaya yönelik alınacak tedbirlerin öğrencilerin merkezi kafeteryanın hizmetleri hakkında daha olumlu algılar geliştireceği düşünülmektedir.

## 6. Sonuç

Mersin Üniversitesi merkezi kafeteryada verilen yiyecek içecek hizmetine yönelik öğrencilerin algıladıkları kalite, memnuniyet ve algıladıkları risk bu çalışmanın merkezini oluşturmaktadır. Anket yardımıyla öğrencilerden toplanan veriler analiz edilmiş ve bulgular önceki başlıklarda yorumlanmıştır.

Algılanan kalite, memnuniyet ve algılanan riske ilişkin anket formunda yer alan ölçekler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi yapılmasındaki amaç verileri daha sağlıklı bir şekilde yorumlayabilmektir. Faktör analizinin sonucunda öğrenci anketindeki algılanan kalite ölçeği 4 boyutta (heveslilik& güvence, hizmet güvenilirliği, mamül güvenilirliği ve fiziksel özellikler) toplanmıştır. Memnuniyet ölçeği bir faktör altında toplanmış ve algılanan risk ölçeği ise, 5 boyutta (zaman riski, finansal risk, performans riski, fiziksel risk ve çalışanlara yönelik risk) toplanmıştır. Oluşturulan faktörlere yönelik yapılan t testleri ve tek yönlü varyans analizleriyle aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Kız öğrenciler, erkeklerden daha çok performans riski algılamaktadırlar.
- Kız öğrenciler, merkezi kafeteryanın hizmetlerine yönelik algılanan kalitenin hizmet güvenilirliğine ilişkin algılamaları erkeklerden daha olumludur. Bu durum yukarıdaki madde ile çelişiyor görünse de, hizmet güvenilirliğinden kastedilen kafeteryadaki işleyiş ve personelin işini düzgün yapması iken; performans riski daha çok yiyeceklerin özellikleri ile ilgilidir.
- 23 ve üzeri yaştaki öğrencilerin 21-22 yaştaki öğrencilerden daha çok zaman ve fiziksel risk algılamaktadırlar. Bu duruma sebep olarak öğrencilerin yaşları ilerledikçe, üniversiteye ve çevreye alıştıkça daha çok şeye vakit ayırmak

istemeleri ve ilerleyen sınıflarda mezun olmak kaygısıyla derslerinin yoğunluğu olarak düşünülebilir.

- Lisansta okuyan öğrencilerin önlisansta okuyan öğrencilerden daha çok finansal risk algılamaktadırlar. Üniversitede okuma süreleri dikkate alındığında daha çeşitli yerlerde yemek yeme şansı bulunduğu düşünülen lisans öğrencilerin ucuz alternatifler ile merkezi kafeteryayı karşılaştırmaları ve kafeterya ile ilgili maddi açıdan olumsuz algı oluşturmaları ve/veya merkezi kafeteryanın hizmetlerini daha fazla deneyimleme şansı bulmaları ve yaşamış olabilecekleri olumsuz deneyim sayısının fazla olmasından kaynaklanabileceği bu durumun nedeni olarak düşünülmektedir.
- 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin hem hazırlık ve 1. sınıf hem de 2. Sınıf öğrencilerinden daha çok zaman riski algılamaktadırlar. Zaman geçtikçe sosyal çevresi genişleyen öğrencilerin kuyrukta beklemek gibi boşa tüketilen zamanlarını başka şekillerde değerlendirme isteklerinin hazırlık ve 1. sınıf ile 2. sınıf öğrencilerine göre daha fazla olması, bu durumun nedenlerinin arasında gösterilebilir.
- Her gün, 2-3 günde bir ve haftada bir kafeteryada yemek yiyen öğrencilerin ayda bir yemek yiyenlere göre daha çok memnun olmaktadır. Ayda bir yemek yiyen öğrencilerin yemek yedikleri günlük menüden çok hoşlanmamış olmaları ya da kuyrukta fazla beklemiş olmaları gibi çeşitli nedenler daha az memnun olmalarına neden olabileceği gibi sürekli yemekhane dışında yemeleri ekonomik durumlarının daha iyi olmasından da kaynaklanabilir.
- Her gün yemek yiyen öğrencilerin 15 günde bir ve ayda bir yemek yiyenlere göre daha çok zaman riski algılamaktadırlar. Bu durum zaman riski algılayan öğrencilerin merkezi kafeteryayı daha az tercih ettikleri şeklinde yorumlanmıştır.

Öğrencilerin merkezi kafeterya ile ilgili algıladıkları kalite boyutlarından öne çıkanların hizmet güvenilirliği, heveslilik ve güvence olduğu göz önünde bulundurulduğunda

yemekhane çalışanlarının işlerini iyi bir şekilde yaptıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Çalışma, temel amacı kar elde etmek olmayan bir eğitim kurumunda sağlanan yiyecek-  
içecek hizmetlerinin söz konusu hizmetleri alan öğrenciler tarafından değerlendirilmesiyle sonuçlandırılmıştır. Öğrencilerin algıladıkları kalite ve memnuniyetin orta düzeyde olduğu söylenebilir. Mersin Üniversitesi'nin kalite politikaları da göz önünde bulundurulduğunda, kafeteryada var olan hizmetlerin daha da iyileştirilmesine yönelik atılacak adımların hem üniversitedeki sosyal barışa hem de üniversitenin kalite hedeflerine ulaşmasında doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Risk boyutları değerlendirildiğinde öğrencilere yönelik merkezi kafeteryada yapılabilecek iyileştirmeler; hizmetin hızlı sunumu, bekleme sürelerinin azaltılması, masa sayılarının artırılması, kişi sayılarının tahmin edilmesinde daha etkili bir yöntem bulunması, yemeklerde kullanılan malzemelerin çeşitli alerjik ve diğer rahatsızlıklara yol açmayacak malzemelerden seçilmesi şeklinde sıralanabilir.

Çalışmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurulduğunda, evren genellemesinin sınırlı olması nedeniyle daha sonra yapılacak benzer çalışmaların evreni tanımlamaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İlgili literatür göz önünde bulundurulduğunda kamu işletmelerine yönelik çalışmalar artsa da, kamu ve özel sektör karşılaştırmaları sınırlı kalmaktadır. Bu alanda yapılacak çalışmaların literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca kamu işletmelerinde verilen hizmetlerin sübvansede edilerek sağlandığı düşünüldüğünde, bu işletmelere aktarılan kaynağın devletten, vergiler aracılığı ile de kamunun kendisinden çıktığı düşünüldüğünde bu işletmelere yönelik yapılacak verimlilikle ilgili çalışmalar pratikte kaynakların verimli kullanılması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### Kaynakça

Akbaba, A. (2006), Measuring Service Quality in the Hotel Industry: A Study in a Business Hotel in Turkey, *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), ss. 170-192.

Akınay, A. C. (2006), Okul Kantin Uygulamaları Hakkında Anne Baba Görüşleri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomileri ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Andaleeb, S.S. ve Conway, C. (2006), Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: an Examination of the Transaction-Specific Model, *Journal of Services Marketin*, 20(1), ss. 3-11.

Backa, K.J. (2012), Impact-range Performance Analysis and Asymmetry Analysis for Improving Quality of Korean Food Attributes, *International Journal of Hospitality Management*, (31), ss. 535-543.

Bark, A.E. (2008), An Analysis of University of Wisconsin-Stout Students Dining Out Purchasing Preferences Regarding Quality, Value and Customer Service within the Greater Menomonie Area, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, The Graduate School University of Wisconsin-StoutMenomonie Training and Development.

Bettman, J.R. (1973), Perceived Risk Andıt's Components: A Model and Empirical Test, *Journal of Marketing Research*, (10), ss. 2-184.

Bolton, R. ve Drew, J. (1991), A Multistage Model of Customers Assesments of Service Quality and Value, *Journal of Consumer Research*, (17), ss. 375-384.

Brady, K.B. ve Cronin, J.J. (2001), Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hiererchical Approach, *Journal of Marketing*, (65), ss. 34-49.

Buttle, F. (1996), SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda, *European Journal of Marketing*, 30(1).

Büyükkoyuncu, N. (2010), Gaziantep İl Merkezindeki İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Okul Kantininden Besin Seçimleri ve Annelerinin Besin Güvenliği Bilgi Düzeylerinin Saptanması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı, Konya.

Büyüköztürk, Ş. (2009), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Akademi.

Chen, L.S. (2010), The Impact of Perceived Risk, İntangibility and Consumer Characteristics on Online Game, *Playing Computers in Human Behavior*, (26), ss. 1607-1613.

Chen, R. ve He, F. (2003), Examination of Brand Knowledge, Perceived Risk and Consumers, Intention to Adopt An Online Retailer, *Tom& Business Excellence*, 40(6), ss. 677-693.

Demirdöğen, O.,Yapraklı, Ş., Yılmaz, M. K. ve Husain,J. (2010), Customer Risk Perceptions of Internet Banking – A Study in Turkey, *The Journal of Applied Business Research*, 26(6).

Duman, T. (2003), Richard Oliver's Perspectives on Consumer Satisfaction and Consumer Value: A Theoretical Cross Examination, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2).

Fuchs, G. ve Reichel, A. (2006), Tourist Destination Risk Perception: The Case of Israel, *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 14(2), ss. 83-108.

Gupta, S., McLaughlin, E. ve Gomez, M. (2007), Guest Satisfaction and Restaurant Performance, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, (48), ss. 284.

Gündoğan, N. (2008), Okul Kantinlerinde Çalışan Personelin Beslenme, Hijyen ve Sanitasyon Konularında Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek*

*Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Ha, J. ve Jang, S.C. (2010a), Perceived Values, Satisfaction and Behavioral Intentions: The Role of Familiarity in Korean Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, (29), ss. 2-13.

Ha, J. ve Jang, S. J. (2010b), Effects of Service Quality and Food Quality: The Moderating Role of Atmospherics in an Ethnic Restaurant Segment, *International Journal of Hospitality Management*, (29), ss. 520-529.

Haberexen (2008), <http://www.haberexen.com/ogrencilerden-yemek-protestosu--6471h.htm> (10.01.2012).

Haberlink (2011), <http://www.haberlink.com/haber.php?query=67094> (10.01.2012).

Han, J.Y. (2005), The Relationship of Perceived Risk to Personal Factors, Knowledge of Destination and Travel Purchase Decisions in International Leisure Travel, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Virginia Polytechnic and State University.

Harvey, J. (1998), Service Quality: a Tutorial, *Journal of Operations Management*, 16(5), ss. 583-597.

Horton, R. L. (1976), The Structure of Perceived Risk: Some Further Progress, *Academy of Marketing Science*, 4(4), ss. 694-706.

Hurriyet Eğitim (2010a), <http://www.hurriyeteitim.com/haberler/10.12.2010/ogrenciler-yemek-fiyatlarini-protesto-etti.aspx> (10. 01. 2012).

Hurriyet Eğitim (2010b), <http://www.hurriyeteitim.com/haberler/15.03.2011/hakkari-universitesinde-yemek-protestosu.aspx> (10. 01. 2012).

Kalaycı, Ş. (2009), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayınevi.



Karademir, A. (2010), İstanbul'daki Bazı İlköğretim Okullarının Kantinlerinde Gıda Zehirlenmesine Sebep Olan Önemli Bakterilerin Adli Bilimler Yönünden Değerlendirilmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.

Keh, H. T. ve Sun, J. (2008), The Complexities of Perceived Risk in Cross-Cultural Services Marketing, *Journal of International Marketing*, 16(1), ss. 20-46.

Kim, W. G., Ng, C.Y.N. ve Kim, Y. (2009), Influence of Institutional DINESERV on Customer Satisfaction, Returnintention, and Word-of-mouth, *International Journal of Hospitality Management*, (28), ss. 10-17.

Koçbek, A. D. (2005), Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Eskişehir.

Kotler, P. ve Keller, K. (2006), *Marketing Management*, USA: PrenticeHall.

Kotler, P. ve Armstrong, G. (2000), *Principles of Marketing*, Second European Edition, Prentice Hall Europe.

Küçük, V. (2009), Kantin ve Metil Türevleri, Piridin ve Aldehit Türevleri, Hidroksi Nitropiridin ve Hidroksimetil Nitropridin Moleküllerinin Hartree-Fock (HF) ve Yoğunluk Fonksiyon Teori (DFT) Metotlarıyla Titreşim Analizleri ve Moleküler Yapıları, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fizik Anabilim Dalı, Isparta.

Kwun, D.J.K. (2011), Effects of Campus Food Service Attributes on Perceivedvalue, Satisfaction, and Consumer Attitude: A Gender-Difference Approach, *International Journal of Hospitality Management*, (30), ss. 252-261.

Lee, H., Lee, Y. ve Yoo, D. (2000), The Determinants of Perceived Service QualityIt's Relationship with Satisfaction, *Journal of Services Marketing*, 14(3), ss. 217-231.

Leikasa, L., Lindemana, M., Roininenb, K. ve Lahteenma, L. (2007), Food Risk Perceptions, Gender, and Individual Differences in Avoidance and Approach Motivation, Intuitive and Analytic Thinking Styles, and Anxiety, *Appetite*, (48), 232-240.

Lim, N. (2003), Consumer's Perceived Risk: Sources and Consequences, *Electronic Commerce Research and Application*, (2), ss. 216-228.

Liu, Y. ve Jang, S.C. (2009), Perceptions of Chinese Restaurants in the U.S.: What Affects Customer Satisfaction and Behavioral Intentions?, *International Journal of Hospitality Management*, (28), ss. 338-348.

Lobb, A.E. ve Mazzocchi, M. (2007), Modelling Risk Perception and Trust in Food Safety in Formation with in the Theory of Planned Behaviour, *Trill a Food Quality and Preference*, (18), ss. 384-395.

Lusk, J.L. ve Coble, K.H. (2005), Risk Perceptions, Risk Preference, and Acceptance of Risky Food, *American Journal of Agricultural Economics*, 87(2), ss. 393-405.

Mitchell, V.W. (1998), Arolefor Consumer Risk Perceptions in GroceryRetailing, *British Food Journal*, 100(4), ss. 171-183.

Mitchell, V.W., Moutinho, L. ve Lewis, B.R. (2008), Risk Reduction in Purchasing Organisational Professional Services, *The Service IndustriesJournal*, 23(5), ss. 1-19.

Moutinho, L. (2000), *Strategic Management InTourism*, CABI Publishing.

Nama, J.H. ve Leeb, T.J. (2011), Foreigntravelers' Satisfaction with Traditional Korean Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, (30), ss. 982-989.

Berry, L.L. (1985), A Conceptual Model of Service Quality for Future Research, *Journal of Marketing*, (49), ss. 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988), Servqual, *Journal of Retailing*, 64(1), ss. 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1993), Researchnote: More on Improving Service Quality Measurement, *Journal of Retailing*, 69(1), ss. 140-147.

Pires, G. Stanton, J. ve Eckford, A. (2004), Influences on the Perceived Risk of Purchasing Online, *Journal of Consumer Behaviour*, 4(2), ss. 118-131.

Redmond, E.C. ve Griffith, C.J. (2004), Consumer Perceptions of Food Safety Risk, Control and Responsibility, *Appetite*, (43), ss. 309-313.

Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2006), Cultural Differences in Travel Risk Perception, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 20(1), ss. 13-31.

Roselius, T. (1971), Consumer Rankings of Risk Reduction Methods, *Journal of Marketing*, (35), ss. 56-61.

Serbest, G. N. (2006), Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmininin Ölçülerek Davranışlar Üzerindeki Etkisinin Bulunmasına Yönelik Model Çalışması, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Sevimli, S. (2006), Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Slevitch, L. ve Sharma, A. (2008), Management of Perceived Risk in The Context of Destination Choice, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 9(1), ss. 85-103.

Soytürk, A. (2010), Beslenme Eğitiminin İlköğretim Öğrencilerinin OkulKantinlerinde Beslenmeye Yönelik Tutum ve Davranışları Üzerine Etkisi (Şereflikoçhisar İlçesi Örneği), *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomileri ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Sökmen A. (2005), *Ağırlama Endüstrisinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Detay Yayıncılık.

Tranter, M.A., Gregoire, M.B., Fullam, F.A. ve Lafferty, L.J. (2009), Can Patient-Written Comments Help Explain Patient Satisfaction with FoodQuality?, *Journal of American Dietetic Association*, (109), ss. 2068-2072.

Türksoy A. (2002), *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Turhan Kitabevi.

Ueltschy, L.C., Krampf, R. F. ve Yannopoulos, P. (2004), A Cross-National Study of Perceived Consumer Risk Towards Online (Internet) Purchasing, *The Multinational Business Review*, 12(2), ss. 59-82.

Uyar, M. F. (2006), Ankara'nın Çankaya İlçesi'ndeki İlköğretim Okullarındaki Kantinlerin Hizmet Kalitesi, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı. Ankara.

Wall, E. A., ve Berry, L. (2007), The Combined Effects of the Physical Environment and Employee Behavior on Customer Perception of Restaurant Service Quality, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, (8), ss. 1-59.

Wua, H.S.C. ve Liang, R. (2009), Effect of Experiential Value on Customer Satisfaction with Service Encounters in Luxury-Hotel Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, (28), ss. 586-593.

Zailani, S., Azizzah, O. ve Kopong, S. (2011), An Exploratory Study on the Factors Influencing the Non-Compliance to Halal Among Hoteliers in Malaysia, *International Business Management*, 5(1), ss. 1-12.