

DEVLET VE ÖZEL SEKTÖR BANKALARDAKİ HİZMET KALİTESİNİN KARŞILAŞTIRILMASI: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

COMPARASION OF SERVICE QUALITY OF PRIVATE AND PUBLIC BANKS: THE CASE OF ESKİŞEHİR

Veysel YILMAZ, H. Eray ÇELİK, Burçin DEPREN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü

ÖZET: Malın hizmet olduğu bankacılık sektöründe hizmetin müşteriler tarafından nasıl algılandığının bilinmesi çok önemlidir. Bu yüzden de bankaların müşteri memnuniyetini sürekli ölçerek memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı hizmetlerde iyileştirmelere gitmeleri kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmektedir. Çalışma, banka müşterilerinin mükemmel bankalardan bekledikleri hizmet ile müşterisi oldukları bankalardan algıladıkları hizmetler arasındaki farkların ortaya çıkartılması amacıyla tasarlanmıştır. Analizler sonucunda genel olarak özel sektör ve devlet bankalarının müşteri beklentilerini karşılamadığı, bankalardan algılanan ve beklenen hizmet kaliteleri arasındaki en çok açıkların hem devlet hem de özel sektör bankalar için heveslilik hizmet boyutunda olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Özel sektör ve devlet bankaları, Hizmet kalitesi.

ABSTRACT: *It is very important to know how service is valued by the customer in banking sector where the product is service. Consequently, it becomes an unavoidable burden to improve the services in which they determined any dissatisfaction by measuring customer satisfaction continuously. The research is designed to examine the differences between the service expected from the excellent banks and the service valued by the customer provided by the banks they are accustomed to working with. At the result of the analysis, it is found that private and public banks do not meet the customer requirements; responsiveness dimension are the most encountered shortages both public and private banks.*

Keywords: *Banking, Private and public banks, Service quality.*

1. Giriş

Bir işletmenin rekabet avantajı kazanacağı en geçerli yol, rakiplerden daha kaliteli hizmet üretmek ya da başka bir ifadeyle, tüketici beklentilerine cevap verebilmektir. Hizmetin soyut, dayanıksız ve değişken olmasından dolayı kalitesinin ölçülmesi ürün kalitesini ölçmeye nazaran daha zordur. Fakat gene de bir hizmet işletmesi müşteriler tarafından nasıl değerlendirildiğini bilmek ve müşteri beklentilerini daha iyi anlayabilmek amacıyla hizmet kalitesini ölçmek zorundadır. Hizmet kalitesinin ölçümü de ancak müşteri memnuniyetinin belirlenmesiyle mümkün olabilir (Altan vd.; 2003).

Genel anlamda müşteri memnuniyeti; elde edilen ürün ya da hizmetten beklenen ile algılanan arasındaki farktır. Hizmet sektöründe devamlılığın sağlanması, müşteri memnuniyetine bağlıdır. Her müşterinin ihtiyaç ve istekleri birbirinden farklıdır. Bu nedenle hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin ölçülmesi, genellikle kalite kriterlerinin soyut olması nedeniyle zor olmaktadır. Bunun için müşteri gereksinimlerini bilmek bu aşamada çok önemlidir. Müşterilerinin gereksinimlerini bilen bir işletme, hem müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılama hem de müşteri

memnuniyetini ölçmek için kullanılacak anketlerin oluşturulmasında avantajlı durumda olacaktır. Hizmet sektöründe kalitenin tek belirleyicisi müşteriler olduğundan oluşturulan anketlerin sonuçlarının yorumlamasında müşterilerce belirlenen kalite kriterleri kullanılır (Yetiş, 2001; Bütün, 2000).

Hizmetin kendine has özellikleri olduğu için hizmet kalitesinin tanımlamasını yapmak oldukça güçtür. Hizmetlere dokunulamaz, somut bir kavram olmayıp, soyut bir kavramdır. Kalite ise, tanımlaması ve anlaşılması zor, kişiden kişiye, hizmetin türüne göre ve birçok değişik duruma göre farklılık gösteren, sürekli değişim halinde olan karışık bir kavramdır. Hizmetle ilgili tanımlar incelendiğinde, hizmetin soyut özelliğe sahip olması ve tüketiciye çeşitli yönlerden fayda sağlanması gibi bir ortak noktalarının olması göze çarpmaktadır. Çok genel olarak, kullanma amacına uygunluk derecesi biçiminde tanımlanabilen kalite, hem mal hem de hizmet üreten firmalar için dikkate alınması gereken bir kavramdır (Atan vd, ; 2003).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) yaptıkları araştırmalar sonucunda, hizmet kalitesi kavramı hakkında aşağıdaki sonuçlara ulaşmışlardır.

- 1) Müşterilerin hizmet kalitesi algılaması, hizmete ulaşmadan önceki beklentileri ile gerçekleşen deneyimlerini karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar. Eğer beklentileri karşılanmış ise, hizmet tatminkardır.
- 2) Hizmetin müşteriye nasıl ulaştırıldığı, müşteri açısından çok önemlidir.
- 3) Müşteri ve işletme temsilcisi arasındaki etkileşim ve işletmenin sorunu etkinlikle çözümü, kalitenin algılanmasında önemlidir.

Müşterilerin hizmet kalitesi algılaması, hizmete ulaşmadan önceki beklentileri ile gerçekleşen deneyimlerini karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar. Eğer beklentileri karşılanmış ise, hizmet tatminkardır. Hizmet kalitesi “İstek veya beklentileri ile algıladıkları arasındaki farklılık ölçüsü” şeklinde tanımlanmıştır [Hizmet Kalitesi = Algılanan Kalite – Beklenen Kalite] (Parasuraman, Berry, 1985; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988).

Hizmetten kalite beklentisi tüketiciden tüketiciye değişkenlik gösterdiği için detaylı bir şekilde müşteri beklentilerini saptayabilmek gerek zaman gerekse maddi açıdan işletmeyi sıkıntıya sokabilir. Bu yüzden SERVQUAL ve benzeri ölçekler geliştirilmiştir. Müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri mamulde olduğu gibi sadece çıktı ile değil hizmetin sunumu ile de ilişkilendirilir. Hizmet kalitesi beklenen ile gerçekleşen performans arasındaki farktan yola çıkılarak belirlendiğinden SERVQUAL ölçeği kullanımı hem daha detaylı bilgi almada hem de güncellenmesinin daha kolay olması bakımından hizmet kalitesini belirleyen araştırmalarda oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır (Gökdere, 2001; Sürmeli, 2002).

Çalışmamızda hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik olarak, Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL hizmet kalitesi ölçüm modeli incelenmektedir. Model, hizmet kalitesi boyutları çerçevesinde hesaplanan (algılanan kalite - beklenen kalite) ortalama SERVQUAL skoruna dayanmaktadır. Bu çalışmada farklı yönetsel yapılara sahip devlet ve özel sektör bankalarında, algılanan ve beklenen hizmet kalitesi düzeyleri karşılaştırılmıştır. Çeşitli istatistiksel analizler sonucunda elde edilen bulgular anlamlı ve tutarlılıkları yönünden değerlendirilmiştir. Araştırmada devlet ya da özel sektör bankalarını tercih eden müşterilere uygulanan ölçekte yer alan önermelere müşterilerin katılımlarına ilişkin

puanlar vermeleri istenmiştir. SERVQUAL anketini dolduran katılımcılar, her önerme için görüşlerini “hiç katılmıyorum”dan (1 puan)- “tamamen katılıyorum”a (7 puana) kadar cevap ölçeği üzerinde belirtmişlerdir. Çalışmamızda analiz SERVQUAL puanlar dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

2. Yöntem

Servqual yöntemini ilk ortaya atan ve çeşitli alanlarda uygulayan Parasuraman, Zeithaml ve Berry olmuştur. Servqual ölçeğinin kullanıldığı çalışmalar 1980’li yıllara dayanır. Daha sonra çeşitli hizmet sektörlerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla yaygın olarak kullanılmıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde Servqual ölçeğini: Cook (1997) ve Sahnay vd. (2004) eğitim sektöründe; Stafford ve Brenda (1998) sigortacılık sektöründe; Angur (1999), Newman (2001) ve Cui (2003) bankacılık sektöründe; Juwaheer (2004) turizm sektöründe; Jabnoun, Chaker (2003) ve Choi vd. (2005) sağlık sektöründe kullanmışlardır. Servqual ölçeğinin kullanımı ve analizi basit olduğundan bu konuyla ilgili literatürde pek çok çalışma mevcuttur. Yukarıda verilenler farklı sektörlerde hizmet kalitesini ölçülmesinde kullanıldığını ifade etmek için verilmiştir.

Yöntem, müşterilerin hizmeti almadan önce belirlenen değişkenler ile ilgili olarak beklentilerini bulunmakta, hizmeti alındıktan sonra beklentileri ile algıladıkları hizmet kıyaslanmaktadır. Eğer müşterinin algıladığı hizmet, beklentilerini karşılıyor ise, algılananlar ile beklenenler arasında ya fark olmayacak ya da çok az bir fark olacaktır. Sonuçta hizmet kalitelidir şeklinde değerlendirme yapılabilecektir. SERVQUAL mantığında hizmet kalitesi değerlendirmesi müşterilerin *algı-beklenti* ifade çiftlerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır. Bu durumda elde edilen faktörler üzerinden SERVQUAL skoru aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$\text{Servqual skoru (SS)} = \text{Algı Skoru (A)} - \text{Beklenti Skoru (B)}$$

SERVQUAL skorları kullanılarak her bir boyut (k boyut sayısını göstermektedir) için ortalama SERVQUAL skoru hesaplanır. Ortalama SERVQUAL skorları (OSS) iki aşamada elde edilmektedir. 1- Her bir müşteri için söz konusu boyuta ait ifadelere verilen SERVQUAL skorları toplanır ve boyutu oluşturan ifade sayısına bölünür

$$SS = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^n (A_i - B_i).$$

2- n sayıda müşteri için birinci adımda elde edilen sayılar toplanır ve örneklem hacmine bölünür: $OSS = SS/n$

Toplam hizmet kalitesi skorunu (THKS) elde etmek için de boyutlar için hesaplanan skorlar toplanıp boyut sayısına bölünür. Sonuçta bulunan ağırlıklandırılmamış

$$\text{SERVQUAL skoru } THKS = \frac{1}{k} \sum_{k=1}^K OSS.$$

Eğer müşterinin algıladığı hizmet, beklentilerini karşılıyor ise, algılananlar ile beklenenler arasında ya fark olmayacak ya da çok az bir fark olacaktır. Sonuçta hizmet kalitelidir şeklinde değerlendirme yapılabilecektir.

Hizmet kalitesi ölçümü sonucunda üç durum ortaya çıkar;

- 1) Beklenen Kalite > Algılanan Kalite => Düşük Kalite
- 2) Beklenen Kalite < Algılanan Kalite => Yüksek Kalite
- 3) Beklenen Kalite = Algılanan Kalite => Doğru Kalite

Yüksek kalite durumu: müşterinin beklentilerinin düşük, algılamasının yüksek olduğu zaman karşımıza çıkar. Yüksek kalite istenilen bir durumdur ancak müşteri bir sonraki gelişine daha yüksek bir kalite isteyecektir.

Doğru kalite durumu: müşteri beklentilerinin tam olarak karşılandığı zaman gerçekleşir. Burada önemli olan; eşitlik söz konusu olduğu için, yüksek beklentilerden yüksek algılamaya dönüşümde sürekliliğin sağlanmasıdır. Süreklilik sağlanamazsa, düşük kalite gerçekleşecek ve müşteri memnuniyetsizliği oluşacaktır. Müşterilerin beklenti ve algılamalarının da düşük olduğu durum da söz konusu olabilir. Bu istenmeyen bir durumdur. Müşterinin hizmet beklentisi düşük olduğundan nasılsa düşük kalitede hizmet olacağı yönünde düşüncesi olduğundan algılaması da düşük olacaktır.

Düşük kalite durumu: Müşteri beklentilerinin yüksek, algılamalarının ise düşük olması durumudur. Müşteri beklentileri karşılanamamıştır. Bu durum müşteri memnuniyetsizliğini yaratır (Ekmekçioğlu, 2003).

2.1. SERVQUAL Yöntemi Uygulanırken Kullanılan Hipotezler

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde ve yeterli olup olmadığının araştırılmasında genel olarak aşağıdaki hipotezleri sınanır. Bu sınamalarda çoğunlukla t veya F testi kullanılır.

H_0 : Müşterilerin verilen hizmetten beklentileri ve algılamaları arasında fark yoktur.

H_1 : Müşterilerin verilen hizmetten beklentileri ve algılamaları arasında fark vardır.

Eğer hizmet kaliteleri bakımından iki kurum karşılaştırılacaksa o zaman hipotezler;

H_0 : İki kurumun kalite boyutları bazında algılanan hizmet kaliteleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H_1 : İki kurumun kalite boyutları bazında algılanan hizmet kaliteleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Ayrıca iki kurumun SSO arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı araştırılacaksa hipotezler;

H_0 : İki kurumun kalite boyutları bazında SSO arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H_1 : İki kurumun kalite boyutları bazında SSO arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

2.2. SERVQUAL Boyutları

Bankacılık sektöründe hizmet kalitesi kavramı daha çok önem kazanmıştır. Müşterileri tatmin edebilecek bir hizmet sunmak amacıyla, müşterilerin isteklerinin ve beklentilerinin sürekli değiştiği bu rekabet ortamında hizmet kalitesinin ölçülebilmek için müşterilerin algıladıkları kalite ile beklendikleri kalite arasındaki fark araştırılmaya başlanmıştır. Bu farkları dikkate alarak kendi eksikliklerini, diğer bankalarla aralarındaki farklarını, rekabet ortamındaki yerlerini belirlemeye çalışmışlardır. Müşteri memnuniyetinin belirlenmesinde en iyi sonuçları veren ve genellikle kullanılan yöntem; hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilen SERVQUAL ölçüm yöntemidir (Gökdere, 2001).

Araştırmada SERVQUAL (servis kalitesi) ölçüm metodunda kullanılan hizmet ölçüm faktörleri yer almaktadır. Çalışmada hizmet kalitesinin şube müdürü, şefler veya vezne sorumluları tarafından değil, o şubenin müşterileri tarafından belirlendiği varsayılmıştır. SERVQUAL, mükemmel hizmet kalitesini sağlamanın anahtarının müşterilerin beklentilerini tam olarak karşılamak veya beklentilerinin üstüne çıkmak olduğunu savunan bir ölçüm metodudur. Hizmet kalitesini tanımlamaya, hizmet kalitesi sorunlarının nedenlerini belirlemeye ve hizmet kalitesi ölçümüne ilişkin olarak Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından yapılan çalışma, yöneticilerle derinlemesine görüşmelere ve dört sektördeki (kredi kartları, bankacılık, komisyonculuk, ve tamir hizmetleri) tüketicilerle yürütülen on iki grup tartışmasına dayanmaktadır. Bu çalışmalar sonucunda hizmet kalitesini belirleyen on boyut belirlenmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985). Daha sonra Parasuraman ve arkadaşları uyguladıkları anketleri faktör analizi ile değerlendirerek, hizmet kalitesini belirleyen on boyutu beş boyuta indirgeyerek SERVQUAL adını verdikleri bir hizmet kalite ölçüm aracı olan anketi geliştirmişlerdir. Ankette yer alan bu beş boyut şöyledir: fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, duyarlılık ve yeterlilik (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988; Parasuraman ve Zeithaml, 1990).

- 1) Fiziki Görünüm (F): Binaların, kullanılan teçhizatların, iletişim malzemelerinin ve personelin fiziksel görünümüdür.
- 2) Güvenirlik (G): Vaat edilen hizmeti doğru olarak zamanında yerine getirme yeteneği, servis elemanlarının hizmeti bir kerede ve doğru olarak yapmasıdır.
- 3) Heveslilik (H): Müşterilere yardım etme, hızlı hizmet verme istekliliği ve işin zamanında bitirilmesidir.
- 4) Duyarlılık (D): Müşteri ile doğrudan ilişki kuran personelin nazik, saygılı, düşünceli ve samimi olması ve bir personelin gerektiğinde arkadaşça yol gösteren bir tavır sergilemesidir.
- 5) Yeterlilik (Y): Servis personelinin gerekli, yeterli bilgiye ve yeteneğe sahip olması demektir (Yılmaz, Çelik, 2005).
- 6) Çalışmamıza SERVQUAL boyutlarına ilave olarak kuruma bağlılık ve erişim hizmet boyutu eklenmiştir.
- 7) Kuruma bağlılık (B): Müşterinin müşterisi olduğu kurum ile verilen hizmetlerden tam tatmin olmasından sonra geliştirdiği duygusal bir bağlıdır.
- 8) Erişim (E): Banka müşterilerinin kısa sürede bankalarına veya ATM hizmetlerine erişebilme hizmetleri için en uygun bölgelerde faaliyet göstermesidir.

Araştırmanın değerlendirilmesinde devlet ya da özel sektör bankalarını tercih eden müşterilere uygulanan ölçekte yer alan önermeler ortak özelliklerine göre 7 gruba ayrılmıştır. Bunlar: (1) Fiziksel Görünüm ile ilgili özellikler, (2) Güvenirlilikle ilgili özellikler, (3) Heveslilik ile ilgili özellikler, (4) Duyarlılık ile ilgili özellikler, (5) Yeterlilikle ilgili özellikler, (6) Kuruma bağlılık ile ilgili özellikler ve (7) Erişimle ilgili özellikler. Ölçeklere yer alan önermeler müşterilerin tercih ettikleri bankanın hizmetinden beledikleri özelliklerden oluşmaktadır.

Bu doğrultuda her bir özellik grubu kendi içerisindeki önermelere göre değerlendirilerek beklenen ve algılanan puanlar arasındaki açıklıklar belirlenmiştir. Örneğin, fiziksel görünüm ile ilgili özelliklere ait olan "F2: Bankam modern görünümlü donanıma sahiptir" önermesine ilişkin beklenen hizmetin ölçek değeri 5, algılama değeri 2 ise algılanan değerden beklenen değer çıkarılması ile bulunan -3 değeri açıklık değeri olacaktır. Bu şekilde fiziksel görünüm ile ilgili olan özelliklere dahil önermelerin beklenenleri ile algılananları arasındaki farklar belirlenmiş ve ortalaması alınmıştır. Diğer özellikler ile ilgili değerlendirmeler benzer şekilde yapılmıştır.

2.3. Örneklem

Çalışmanın ana kütlesi Eskişehir'deki devlet ve özel sektör banka müşterileridir. Örneklem ise bu bankanın müşterilerinin tam listesine ulaşmak mümkün olmadığından bir ay (Mayıs 2006) boyunca bankalardan işlem yaptırıp çıkan müşteriler arasında sistematik olarak seçilen 250 devlet bankası ve 150 özel sektör banka müşterisidir. Bu bankaların müşterilerinin tam listesine ulaşmak mümkün olmadığından basit tesadüfi örnekleme yerine kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bunun için bankaların şubeleri önünde sistematik örnekleme yolu ile çıkan müşterilerle görüşme yapılmıştır. Bu durumda örnek çerçevesi şu şekilde özetlenmektedir: Eleman: devlet ve özel sektör banka müşterileri; Birim: devlet ve özel sektör banka şubeleri; Kapsam: Eskişehir ili; Zaman: Bir ay boyunca her gün için tesadüfi olarak seçilmiş zaman dilimleridir.

Alan araştırmasının maliyeti ve çeşitli zorlukları nedeniyle görüşme sayısı sınırlı kalmıştır. Ancak devlet bankası müşterilerinden 37'si ve özel sektör banka müşterilerinden 10'u anketi tam olarak doldurmadığı anlaşıldığından analiz toplam 353 müşterinin verdiği cevaplar üzerinden yapılmıştır. Bu durumda örneklem büyüklüğü 353 tür ve örnekleme hatası da 0,05 olarak hesaplanmıştır. Ankete katılanların müşterisi olduğu bankalar, Halk Bankası, İş Bankası, Ziraat Bankası, Yapı Kredi Bankası, Garanti Bankası, HSBC, Akbank, Koçbank, Fortis, Vakıfbank, Oyakbank, Finansbank, TEB, Şekerbank ve Denizbank'tır.

3. Analiz

Çalışmada ilk önce güvenilirlik analizi, daha sonra devlet ve özel sektör bankalar için ağırlıklandırılmamış SERVQUAL puanları hesaplanarak hizmet kaliteleri karşılaştırılmıştır. Güvenirlik bir ölçme aracında bütün soruların birbirleriyle tutarlılığını, ele alınan oluşumu ölçmede türdeşliğini ortaya koyan bir kavramdır. Ölçme aracının güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş yöntemlere güvenilirlik analizi ve bu araçta yer alan soruların irdelenmesine ise soru analizi (Reliability Analysis) denilmektedir. Güvenirlik analizi, toplam puanlar üzerine kurulu ölçeklere (Likert ölçeği, Q-Tipi ölçek) dayalı araçların güvenilirliğini ortaya koymaya yarayan Cronbach Alfa katsayılarını hesaplar. Testin sonucunda belirlenen

boyutlar için Alfa katsayıları; H= 0,90; B= 0,89; F= 0,89; D= 0,87; G= 0,87; Y=0,87; E= 0,64 ve ölçeğin bütünü için 0,96 olarak bulunmuştur. 0 ile 1 arasında değişen Alfa katsayısının 1 değerine yakın oluşu ölçeğin o derecede güvenilir olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle ölçeğimiz boyutları ve geneli itibariyle güvenilir olarak kabul edilebilir.

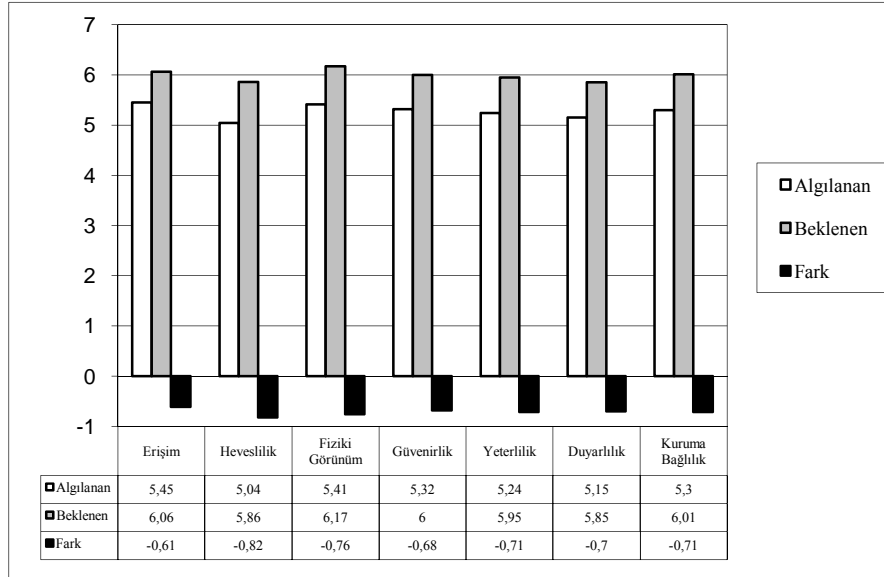
3.1. Devlet Bankaları için SERVQUAL Analizi

Tablo 1 ve Şekil 1'den görülebileceği gibi devlet bankalarının hizmetleri ile ilgili olarak müşterilerin beklentileri ile algılamaları arasında bütün özelliklerde (boyutlarda) çok büyük olmamasıyla birlikte açıklıklar görülmektedir. Açıklıkların negatif çıkması devlet bankası müşterilerinin algıladıkları hizmet kalitesinin beklentilerinin altında yer aldığı anlamını taşımaktadır. Özellikle Heveslilik boyutundaki açıklık diğer hizmet boyutlarından yüksek düzeydedir. Bu önermelerden “ H13: Bankamın çalışanları uzun bekleme kuyruklarını engeller” ve “H10: Bankam işlemlerimi mümkün olan en kısa sürede yapar” aynı hizmet boyundaki diğer önermelere göre yüksek açıklığa sahiptir (sırasıyla -1,1 ve 1,06). Erişim hizmet boyutuyla ilgili önermeler, “E23: Herhangi bir sorunum olduğunda bankama istediğim her yerden her zaman kolayca ulaşabiliyorum” ve “E29: Bankamın ATM’lerine istediğim zaman, ihtiyacım olan her yerde kolayca ulaşabiliyorum” şeklinde ifade edilmiştir. Erişim hizmet boyutuyla ilgili açıklığın negatif çıkması, devlet bankası müşterilerinin söz konusu hizmetlerden memnun olmadıklarını göstermektedir. Bu sonuçlardan devlet bankalarının ATM sayılarının yetersiz olduğu ve uygun alanlara yerleştirilmediği sonucu çıkartılabilir. Ayrıca devlet bankalarına ulaşım zorluğunun olduğu da ortaya çıkmıştır. Bu durum şube sayısının yetersizliğini de ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Devlet Bankalarını tercih eden müşterilerin bankadan bekledikleri ve algıladıkları servis hizmetlerinin SERVQUAL boyutlarındaki ortalamaları

SERVQUAL Hizmet Boyutları k=7)	Algılanan	Beklenen	Fark (OSS)
Erişim	5,45	6,06	-0,61
Heveslilik	5,04	5,86	-0,82
Fiziki Görünüm	5,41	6,17	-0,76
Güvenirlilik	5,32	6,0	-0,68
Yeterlilik	5,24	5,95	-0,71
Duyarlılık	5,15	5,85	-0,70
Kuruma Bağlılık	5,30	6,01	-0,71

$$\text{Toplam hizmet kalitesi skoru } THKS = \frac{1}{k} \sum_{k=1}^K OSS = -0,71$$



Şekil 1. Devlet bankalarını tercih eden müşterilerin bankadan beklemedikleri ve algıladıkları servis hizmetlerinin SERVQUAL boyutlarındaki ortalamaları ve farkları

Algı, beklenti ve açıklıkların sayısal değer olarak kıyaslanması yeterli olmayabilir. Bu nedenle olasılıksal karar verme süreci sağlayan hipotez testi yapmak gerekir. Bu kısımda devlet bankası müşterilerinin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları ve beklentileri arasında farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını araştırmak için *t* testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

H_0 : Devlet bankası müşterilerinin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları ve beklentileri arasında fark yoktur.

H_1 : Devlet bankası müşterilerinin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları beklentileri arasında fark vardır.

Tablo 2. Devlet bankası müşterilerinin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları ve beklentileri arasında farkın test edilmesi

SERVQUAL Hizmet Boyutları (k=7)	Devlet bankaları	
	<i>t</i> değeri (serbestlik derecesi)	<i>p</i> (anlamlılık)
Erişim	-1,69 (2)	0,001
Heveslilik	-6,89 (10)	0,000
Fiziki Görünüm	-9,12 (8)	0,233
Güvenirlilik	-10,93 (6)	0,000
Yeterlilik	-5,65(12)	0,000
Duyarlılık	-8,36 (14)	0,000
Kuruma Bağlılık	-10,21 (4)	0,000

Test sonucunda sadece fiziksel görünüm boyutuna ilişkin *t* değeri % 5 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > 0,05$ olduğu için). *t*

örneklem istatistiği yardımıyla yapılan hipotez testi verilerdeki değişimi de (standart sapmaları) dikkate aldığından sadece ortalamaların büyüklükler itibarıyla kıyaslamaktan daha fazla bilgi sağlar. Tablo 2’den de görülebileceği gibi en büyük t değerleri sırasıyla güvenilirlik ve kuruma bağlılık hizmet boyutlarına ilişkindir. Bu sonuç söz konusu hizmet boyutlarında algı ve beklenti arasındaki farkların diğer hizmet boyutlarındaki farklardan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

3.2. Özel Sektör Bankaları için SERVQUAL Analizi

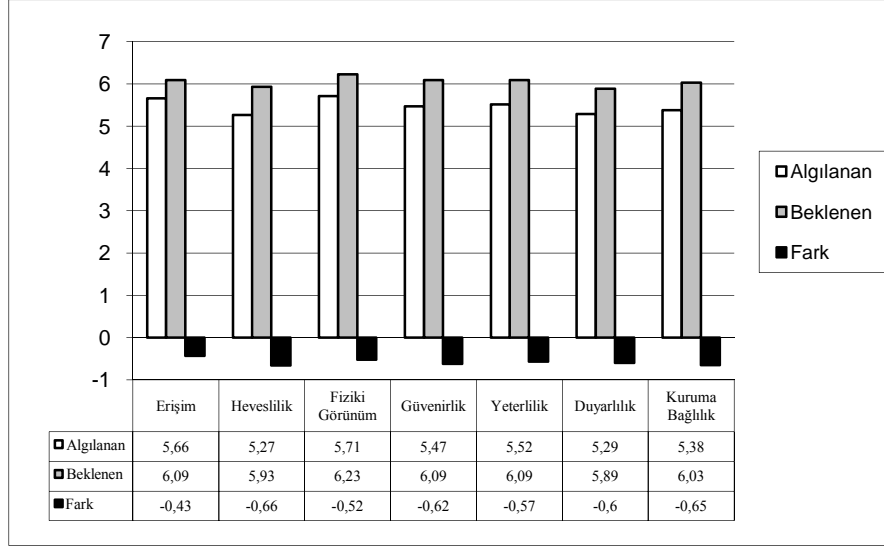
Tablo 3 ve Şekil 2 incelendiğinde özel sektör banka hizmetleri sırasıyla heveslilik, kuruma bağlılık ve güvenilirlik boyutlarında açıklıkların en yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. En düşük açıklıklar ise sırasıyla erişim ve fiziki görünüm hizmet boyutlarına ilişkindir. Bu sonuçlardan özel sektör bankalarında fiziki görünüm ve erişim hizmetlerinin mükemmel bankalara daha yakın olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak devlet ve özel sektör banka hizmetleriyle ilgili açıklar incelendiğinde özel sektör banka hizmetlerindeki açıklıkların daha düşük olduğu görülmektedir. Bu da memnuniyetsizliğin özel sektör bankalarına kıyasla devlet banka müşterilerinde daha fazla olduğunu göstermektedir.

Ankette Heveslilik boyutunu içeren önermelerden en yüksek açıklıklara sahip olanları “H13: Bankamın çalışanları uzun bekleme kuyruklarını engeller” ve “H10: Bankam işlemlerimi mümkün olan en kısa sürede yapar” önermeleridir. Bu sonuç devlet bankaları için de aynı çıkmıştır. Ayrıca banka müşterilerinin bekleme kuyruklarının engellenmesi konusundaki beklentisi hem devlet hem de özel sektör bankaları içinde eşit çıkmıştır (devlet bankalarında 5,74 ve özel sektör bankalarda 5,74 –Tablo 6). Bu sonuçlardan özel sektör bankalarının uzun bekleme kuyruklarını engellemede devlet bankalar gibi beklentileri karşılamadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca özel sektör bankalarında müşteriler işlemlerin kısa sürede yapılmasını beklemekteydiler (devlet bankalarında 6,07 ve özel sektör bankalarda 6,10 - Tablo 6). Aslında özel sektör banka müşterilerinin işlem süresinin kısa sürede yapıldığına ilişkin algıladıkları ortalama, devlet bankası müşterilerinin beklentilerinden daha yüksek çıkmıştır. Hizmetlerin en kısa sürede yapılmasına ilişkin beklentilerin özel sektör bankalarında daha yüksek olduğu için açıklık da yüksek çıkmıştır. Kısaca kuyrukların engellenmesi ve işlem süresinin kısalığı konusunda hem devlet hem de özel sektör bankaları henüz istenilen noktada görülmemektedir.

Tablo 3. Özel sektör bankalarını tercih eden müşterilerin bankadan bekledikleri ve algıladıkları servis hizmetlerinin SERVQUAL boyutlarındaki ortalamaları

SERVQUAL Hizmet Boyutları (k=7)	Algılanan	Beklenen	Fark (OSS)
Erişim	5,66	6,09	- 0,43
Heveslilik	5,27	5,93	- 0,66
Fiziki Görünüm	5,71	6,23	- 0,52
Güvenirlik	5,47	6,09	- 0,62
Yeterlilik	5,52	6,09	- 0,57
Duyarlılık	5,29	5,89	- 0,60
Kuruma Bağlılık	5,38	6,03	- 0,65

Toplam hizmet kalitesi skoru $THKS = \frac{1}{k} \sum_{k=1}^K OSS = -0,58$



Şekil 2. Özel sektör bankalarını tercih eden müşterilerin bankadan bekledikleri ve algıladıkları servis hizmetlerinin SERVQUAL boyutlarındaki ortalamaları ve farkları

H_0 : Özel sektör bankası müşterilerinin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları ve beklentileri arasında fark yoktur.

H_1 : Özel sektör bankası müşterilerinin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları beklentileri arasında fark vardır.

Tablo 4. Özel sektör bankası müşterilerin hizmet boyutlarında verilen hizmetten algılamaları ve beklentileri arasında farkın test edilmesi

SERVQUAL Hizmet Boyutları (k=7)	Özel	
	t değeri (serbestlik derecesi)	p (anlamlılık)
Erişim	-1,9 (2)	0,198
Heveslilik	-5,65 (10)	0,000
Fiziki Görünüm	-6,54 (8)	0,000
Güvenirlilik	-9,83 (6)	0,000
Yeterlilik	-6,97(12)	0,000
Duyarlılık	-5,97 (14)	0,000
Kuruma Bağlılık	-12,57 (4)	0,000

Test sonucunda sadece Erişim boyutuna ilişkin t değeri % 5 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > 0,05$ olduğu için). Bu sonuç müşterilerin erişim boyutuyla ilgili algı ve beklentilerin paralel olduğu, beklentileri

yüksek olanların algılarının da yüksek veya tam tersi beklentileri düşük yüksek olanların algılarının da düşük olduğunu göstermektedir.

4. Sonuç

Analizden çıkan sonuçlar Tablo 1, 2, 3, 4, 5 ve 6' da verilmiştir. Söz konusu tablolardan elde edilen bulgular özet olarak aşağıdadır:

Tablo 5. Devlet ve Özel sektör müşterilerinin bankacılık hizmet boyutlarındaki hizmet kalitesi skorları

SERVQUAL Hizmet Boyutları	Fark / Devlet	Fark / Özel
Erişim	-0,61	- 0,43
Heveslilik	-0,82	- 0,66
Fiziki Görünüm	-0,76	- 0,52
Güvenirlilik	-0,68	- 0,62
Yeterlilik	-0,71	- 0,57
Duyarlılık	-0,70	- 0,60
Kuruma Bağlılık	-0,71	- 0,65

- Her iki tür banka müşterilerin mükemmel bankalardan bekledikleri hizmet ile müşterisi oldukları bankalar arasında açıklıklar söz konusudur. Bu sonuç müşterilerin bekledikleri hizmeti alamadıklarını ve tam olarak hizmetlerden memnun olmadıklarını göstermektedir.
- Hizmet boyutlarının tümü dikkate alındığında toplam hizmet kalitesi skorlarının devlet ve özel sektör bankalar için -0,71 ve -0,58'dir. Bu ortalama açıklık değerleri de daha çok devlet bankaları müşterilerin bekledikleri hizmeti alamadıklarını ortaya koymaktadır. Özellikle her iki banka türü için de Heveslilik hizmet boyundaki memnuniyetsizliklerin birinci sırada çıkması dikkat çekicidir.
- Güvenirlilik boyutu dikkate alındığında her iki tür banka müşterilerinin beklenti ortalamaları birbirine oldukça yakındır. Bu değerler devlet bankalar için 6,0 ve özel sektör bankalar için ise 6,09'dur. Algılamalarına bakıldığında ise bu değerleri sırasıyla 5,32 ve 5,57 olduğu görülür. Güvenirlilik hizmet boyutu için en büyük açıklık her iki tür bankada "G6: Bankam verdiği sözü daima zamanında yerine getirir" önermesine aittir. Sırasıyla devlet ve özel sektör bankalar için bu değerler -0,84 ve -0,76'dır.
- Duyarlılık hizmet boyutu ele alındığında beklenen hizmet boyutu ortalamaları sırasıyla 5,85 ve 5,89, algı değer ortalamaları ise sırasıyla 5,15 ve 5,29'dur. Açıklıklar ise sırasıyla -0,70 ve -0,60'dır. Duyarlılık hizmet boyutunda yer alan önermeler incelendiğinde en yüksek açıkların devlet bankalarında D20'de (Bankam menfaatlerimi her şeyin üstünde tutar), özel sektör bankalarında ise D21'de (Bankam kişisel bilgilerimin saklanmasında yeterli özeni gösterir) olduğu görülmektedir.
- Yeterlilik boyutu incelendiğinde beklenen hizmet boyutu ortalamaları sırasıyla 5,95 ve 6,09, algı değer ortalamaları ise sırasıyla 5,24 ve 5,52'dir. Özel sektör banka müşterileri yeterlilik hizmet boyutu için devlet bankalarına göre hem beklenti hem de algı değer ortalamaları daha yüksektir. Devlet bankası müşterileri "Y34: Bankamın kredi kartıyla yapığım her türlü alışverişimde bana en uygun taksit seçeneklerini sunar" önermesinde en yüksek açık puanlarını vermiştir. Bu da devlet bankalarının kredi kartları hizmetlerinde müşteri beklentilerini karşılamadığını gösterir. Özel sektör bankaları için ise en büyük

açıklığa sahip önerme “Y14: Bankamın çalışanları sorunlarımı çözüm bulmak için yeterli bilgi ve beceriye sahiptir” önermesidir. Bu sonuç özel sektör banka çalışanlarının beklentilerin altında bilgi ve beceriye sahip olduğunu göstermektedir.

- 6) Kuruma bağlılık boyutu incelendiğinde devlet ve özel sektör bankalar için algı değerleri sırasıyla 5,30 ve 5,38’dir. En büyük açıklığın her iki tür bankada da benzer olduğu “B27: Bankamı çevremdeki insanlara tavsiye ederim” ortaya çıkmıştır. Tüm hizmet boyutlarındaki açıklıkların negatif değerde çıkması her iki tür bankadan da memnuniyetsizliklerin olduğu ortaya koymaktadır. Bu sonuç kuruma bağlılığın olmadığı, yukarıda da ifade edildiği gibi müşterilerin bankalarını çevresindeki insanlara tavsiye etme konusundaki gönülsüzlükleriyle de belirginleşmiştir. Buradan çıkartılması gereken en önemli sonuç: bankacılık sektöründe, hizmetlerden memnuniyet ile kuruma bağlılık arasında korelasyonun olduğudur. Memnuniyetsizlik arttıkça kuruma bağlılık azalmakta veya tam tersi memnuniyetsizlik azaldıkça kuruma bağlılık artacaktır. Çalışmamızın sonucu da bunu doğrulamaktadır.
- 7) Tüm açıklık değerleri incelendiğinde ilk iki sıradaki açıklıkların heveslilik hizmet boyutuna ait olduğu görülür. Bu değerler devlet ve özel sektör bankaları için aynı önermelerdir. Sırasıyla devlet bankaları için H13: -1,1, H10: -0, 1,06, Özel sektör bankaları için ise H13: -0,91, H10: -0,76’dir. Bu sonuçlardan her iki banka türünün hizmetlerinde beklenilenin altında heveslilik gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Özellikle devlet bankalarının hizmetlerinde daha az hevesli olduğu söylenebilir. Her iki banka müşterileri “H13: Bankamın çalışanları uzun bekleme kuyuklarını engeller” önermesi için düşük algı puanları vermiştir. Bu sonuç bize her iki bankada da müşterilerin işlemler için uzun kuyuklar beklediklerini ortaya koymaktadır.

Tüm analizlerden çıkan sonuçlara göre, genel olarak müşterilerin bankaların verdiği hizmetlerin hepsinde beklentilerinin altında hizmet algıladıkları ortaya çıkmıştır. Krizlerden sonra bankaların hayatta kalabilmek ve rekabet edebilmek için sundukları hizmetlerde müşteri odaklı olmalarına eskiye oranla daha fazla özen göstermeleri gerektiği bir kez daha ortaya çıkmıştır. Bu yüzden de bankaların müşteri memnuniyetini sürekli ölçerek memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı hizmet boyutlarında iyileştirmelere gitmeleri kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmektedir. Bu zorunluluk hem devlet hem de özel sektör bankaları için geçerlidir.

Çalışmanın kısıtlarına gelince; çalışmada tek bir ilin ele alınması ve örneklem hacminin azlığı çalışmanın çıkarsama alanını daraltmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda farklı illerdeki banka müşterileri örnekleme katılmalı ve çalışmada yer almayan başka hizmet boyutlarının da analize girebilmesi için anketin daha geniş kapsamlı sorularla tekrar düzenlenmesi gereklidir. Çalışma SERVQUAL analize odaklı olduğu için farklı gelir ve kültürel yapıya sahip müşteri profillerinin karşılaştırılması yapılamamıştır. Ancak bundan sonraki çalışmalarda farklı müşteri profillerinin hizmet memnuniyetsizlikleri üzerinde etkilerinin olup olmadığı araştırılmalıdır.

Referanslar

ALTAN, Ş., EDİZ, A. ATAN, M., (2003). Servqual analizi ile toplam hizmet kalitesinin ölçümü ve yüksek eğitimde bir uygulama. *12. Ulusal Kalite Kongresi*,

- 13 – 15 Ekim, İstanbul. İstanbul, Kal Der-Türkiye Kalite Derneği Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı.
- ANGUR, M.G., NATARAAJAN, R. JAHERA J.S. (1999). Service quality in the banking industry: an assessment in a developing economy. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), pp.116-123.
- BOZDAĞ, N., ATAN, M. ALTAN Ş., (2003). Hizmet sektöründe toplam hizmet kalitesinin SERVQUAL analizi ile ölçümü ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *VI. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu* 29-30 Mayıs, Ankara: Gazi Üniversitesi Ekonometri Bölümü, s. 48.
- BÜTÜN H., (2000). *Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin Servqual yöntemi ile ölçülmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi. Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- CHOI, K.S., LEE, H., KIM, C.LEE, S. (2005). The service quality dimensions and patient satisfaction relationships in South Korea: comparisons across gender, age and types of service. *The Journal of Services Marketing*, 19(3), pp. 140-149.
- COOK, M.J. (1997) A Student's perspective of service quality in education, *Total Quality Management*, 8(2), pp.120-125
- CUI, C.C. (2003) Service quality measurement in the banking sector in South Korea. *International Journal of Bank Marketing*, 21(4), pp. 191-201.
- EKMEKÇİOĞLU, S., (2003). *Müşteri memnuniyeti, ölçülmesi ve değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÖKDERE, Z., (2001). *Banka işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesi üzerine ampirik bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- HETİŞ, H., (2001). *Hizmet kalitesinin Servqual modeli ile ölçülmesi ve bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- JABNOUN, N. CHAKER, M. (2003). Comparing the quality of private and public hospitals. *Managing Service Quality*, 13(4), pp. 290-299.
- JUWAHEER, T.D., (2004). Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach: a case study of Mauritius. *Managing Service Quality*, 14(5), pp. 350-364.
- NEWMAN, K. (2001). Interrogating SERVQUAL: a critical assessment of service quality measurement in a high street retail bank. *International Journal of Bank Marketing*, 19(3), pp.126-139.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A. BERRY L.L., (1988) SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, Spring, pp.12-40.
- PARASURAMAN, A., BERRY L. L., (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, pp.41-50.
- SAHNEY, S., BANWET, D.K. KARUNES, S. (2004). A SERVQUAL and QFD approach to total quality education. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53(2), pp. 143-166.
- STAFFORD, M.R. BRENDA P. W. (1998). Determinants of service quality and satisfaction in the auto casualty claims process., *The Journal of Services Marketing*, 12 (6), pp. 426-440.
- SÜRMEİLİ, H., (2002). *Kurumsal bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesi ve rekabet stratejisi ilişkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- YILMAZ, V. ÇELİK, H.E. (2005). Bankacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Bankaya Bağlılık Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modelleriyle Araştırılması, *İstanbul Üniversitesi VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu 26-27 Mayıs 2005, İstanbul*. İstanbul, İstanbul Üniversitesi.
- ZEITHAML, V.A., PARASURAMAN, A. BERRY L. L, (1990). *Delivering service quality: balancing customer perceptions and expectations*, New York, The Free Pres.

Tablo 6. Devlet ve özel sektör banka müşterilerinin SERVQUAL hizmet boyutlarında beklemedikleri ve algıladıkları hizmet puan ortalamaları, standart sapmaları ve açıklıklar.

	Devlet Bankaları					Özel sektör Bankaları				
	ALGI ortalama	Standart sapma	BEKLENEN ortalama	Standart sapma	Açıklık	ALGI ortalama	Standart sapma	BEKLENEN ortalama	Standart sapma	Açıklık
B26	5,3	1,34	5,91	1,32	-0,61	5,44	1,42	6,02	1,27	-0,58
B27	5,36	1,24	6,12	1,17	-0,76	5,39	1,52	6,1	1,16	-0,71
B28	5,24	1,34	6,01	1,35	-0,76	5,32	1,65	5,97	1,36	-0,65
Ortalama	5,3		6,01		-0,71	5,38		6,03		-0,65
D17	5,21	1,36	5,91	1,35	-0,7	5,38	1,36	6,03	1,21	-0,64
D18	5,07	1,28	5,74	1,46	-0,66	5,28	1,4	5,83	1,35	-0,55
D19	5,01	1,43	5,74	1,54	-0,72	5,11	1,56	5,77	1,53	-0,66
D20	4,84	1,46	5,69	1,57	-0,85	4,93	1,57	5,58	1,61	-0,65
D21	5,43	1,3	6,11	1,22	-0,68	5,52	1,42	6,2	1,2	-0,68
D22	5,19	1,42	5,69	1,55	-0,51	5,23	1,49	5,71	1,55	-0,48
D24	5,23	1,27	5,92	1,32	-0,69	5,46	1,3	6,05	1,22	-0,6
D25	5,24	1,34	5,97	1,3	-0,73	5,42	1,34	5,97	1,3	-0,55
Ortalama	5,15		5,85		0,70	5,29		5,89		0,6
e23	5,19	1,37	5,81	1,49	-0,62	5,5	1,2	5,93	1,34	-0,43
e29	5,71	1,36	6,31	1,21	-0,6	5,82	1,42	6,25	1,24	-0,43
Ortalama	5,45		6,06		0,61	5,66		6,09		0,43
F1	5,62	1,42	6,28	1,4	-0,66	5,9	1,2	6,25	1,2	-0,35
F2	5,5	1,36	6,11	1,28	-0,61	5,6	1,32	6,01	1,34	-0,41
F3	5,21	1,35	6,06	1,26	-0,85	5,61	1,17	6,26	1,08	-0,65
F4	5,34	1,24	6,29	1,04	-0,95	5,69	1,14	6,36	1,03	-0,66
F5	5,39	1,24	6,14	1,18	-0,75	5,74	1,2	6,28	1,02	-0,54
Ortalama	5,41		6,17		-0,76	5,71		6,23		-0,52
G6	5,19	1,28	6,02	1,25	-0,84	5,46	1,23	6,23	1,15	-0,76
G7	5,37	1,27	5,91	1,31	-0,54	5,4	1,29	6,01	1,24	-0,61
G8	5,29	1,2	6,05	1,21	-0,76	5,47	1,31	6,13	1,11	-0,65
G9	5,44	1,22	6,02	1,2	-0,59	5,53	1,31	5,98	1,32	-0,45
Ortalama	5,32		6		-0,68	5,47		6,09		-0,62
H10	5,01	1,54	6,07	1,24	-1,06	5,34	1,43	6,1	1,18	-0,76
H11	5,22	1,31	5,74	1,51	-0,52	5,33	1,39	5,88	1,31	-0,54
H12	4,95	1,46	5,64	1,56	-0,69	5,15	1,52	5,82	1,37	-0,66
H13	4,64	1,59	5,74	1,58	-1,1	4,83	1,6	5,74	1,66	-0,91
H15	5,19	1,26	6,04	1,16	-0,85	5,46	1,35	5,99	1,2	-0,53
H16	5,24	1,24	5,91	1,17	-0,67	5,51	1,27	6,07	1,13	-0,56
Ortalama	5,04		5,86		-0,82	5,27		5,93		0,66
Y14	5,12	1,26	6,06	1,2	-0,94	5,44	1,28	6,15	1,14	-0,71
Y30	5,55	1,31	6,01	1,35	-0,46	5,71	1,36	6,29	1,14	-0,57
Y31	5,44	1,36	5,99	1,32	-0,56	5,69	1,26	6,1	1,26	-0,41
Y32	5,54	1,32	6,06	1,26	-0,52	5,65	1,31	6,23	1,06	-0,58
Y33	4,81	1,66	5,79	1,48	-0,99	5,46	1,47	5,88	1,41	-0,42
Y34	4,84	1,65	5,88	1,34	-1,04	5,41	1,51	6,07	1,22	-0,66
Y35	5,38	1,32	5,88	1,37	-0,5	5,3	1,47	5,94	1,31	-0,64
Ortalama	5,24		5,95		-0,71	5,52		6,09		-0,57

Tablo 7. SERVQUL Hizmet Boyutları ve İlgili Önermeler

F1.	Bankam modern görünümlü donanıma sahiptir.
F2.	Bankama girdiğimde istediğim servise kolayca ulaşabiliyorum.
F3.	Bankamın binaları ve iç ortamları göze hoş görünür.
F4.	Bankam hizmet verirken modern ve yeterli donanıma sahip cihazlar kullanır.
F5.	Bankamın çalışanları temiz ve düzgün görünümlüdür.
G6.	Bankam verdiği sözü daima zamanında yerine getirir.
G7.	Bankam yaptığı işlemleri daima ilk seferde hatasız ve tam yapar.
G8.	Bankam yaptığı işlemlerin takibini titizlikle sürdürür.
G9.	Bankamda banka ile ilgili yaptığım işlemlerimde daima kendimi güvende hissederim.
H10.	Bankam işlemlerimi mümkün olan en kısa sürede yapar.
H11.	Bankamın çalışanları işlemlerim sırasında yardım etme konusunda daima isteklidir.
H12.	Bankam her müşterisiyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.
H13.	Bankamın çalışanları uzun bekleme kuyruklarını engeller.
H15.	Bankamın çalışanları müşterilerine karşı daima saygılıdır.
H16.	Bankam yaptığı görüşmelerde daima samimi ve naziktir.
D17.	Bankamın çalışanları sorularıma daima dürüst cevaplar verirler.
D18.	Bankam her zaman bana uyan en iyi çözümü sağlar.
D19.	Bankam ipoteklerin, kiraların, kredi kartı borçlarının son ödeme tarihlerini dolmadan daima uyarır.
D20.	Bankam menfaatlerimi her şeyin üstünde tutar.
D21.	Bankam kişisel bilgilerimin saklanmasında yeterli özeni gösterir.
D22.	Bankamın çalışma saatleri bütün müşterilere uyacak şekildedir.
D24.	Bankam sorunlarımı dikkatle dinler ve anlaşılabilir cevaplar verir.
D25.	Bankamın çalışanları isteklerimi her zaman dikkate alır.
B26.	Bankamın ismini çevremdekilere söylemekten gurur duyarım.
B27.	Bankamı çevremdeki insanlara tavsiye ederim.
B28.	Tekrar seçim yapmak zorunda kalsam yine bu bankayı seçerim.
E23.	Bankama herhangi bir sorunum olduğunda istediğim her yerden her zaman kolayca ulaşabilirim
E29.	Bankamın ATM'lerine istediğim zaman her yerde kolayca ulaşabiliyorum.
Y14.	Bankamın çalışanları sorunlarıma çözüm bulmak için yeterli bilgi ve beceriye sahiptir
Y30.	Bankamın ATM'lerinde tüm işlemlerimi (havale / para çekme vb.) güvenle yapabiliyorum
Y31.	Bankamın bilgisayar (interaktif bankacılık) ve telefon bankacılığıyla ilgili verdiği hizmetlerden çok memnunum.
Y32.	Bankamın şube ağı yaygınlığından memnunum.
Y33.	Bankamın kredi kartını kullandığımda verdiği nakit puanla bana sağladığı imkanlardan memnunum.
Y34.	Bankamın kredi kartıyla yaptığım her türlü alışverişimde bana en uygun taksit seçeneklerini sunar.
Y35.	Bankam ihtiyaçlarımı karşılanabilmek için en uygun faiz ve ödeme seçenekleriyle kredi sağlar.