

## Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Penceresinden Eğitim Kalitesi: Bir Araştırma

### Education quality from perspective of vocational high school students: a research

Tamer BARAN<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Pamukkale Üniversitesi, Kale Meslek Yüksekokulu, Denizli. tbaran@pau.edu.tr

Geliş Tarihi/Received: 12.04.2014, Kabul Tarihi/Accepted: 26.05.2014

doi: 10.5505/pjess.2014.21939

#### Özet

Eğitim hizmetinde alışverişin tarafları, eğitim hizmetini sunan kurum ve eğitimi alan öğrencilerdir. Dolayısıyla, öğrenciler, eğitim hizmetinde tüketici durumundadırlar ve mevcut öğrencilerin tatmini eğitim kurumlarının önceliği olmalıdır. Bunu gerçekleştirmenin yolu ise öğrencilerin eğitim kalitesi algılarının anlaşılmasından geçer. Bu çalışmanın amacı, Meslek Yüksek Okulu (MYO) öğrencilerinin algılanan eğitim hizmeti kalitesini ortaya koymaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için, öncelikle hizmet kavramı, hizmet kalitesi kavramı ve hizmet kalitesine etki eden faktörler açıklanmış daha sonra Martilla ve James'in (1977) önem-performans analizi (ÖPA) yöntemi kullanılarak Pamukkale Üniversitesi (PAÜ) Kale MYO öğrencilerinin algılanan eğitim kalitelerine ilişkin algılarını ortaya koymaya yönelik bir araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda, PAÜ Kale MYO öğrencileri için eğitim kalitesindeki en önemli faktörün öğretim elemanları, en az önemli faktörün ise Kale MYO'nun sosyal şartlarının olduğuna ve en yüksek performansın Kale MYO'nun sınıflarına, en düşük performansın ise sosyal şartlarına ait olduğuna ilişkin bulgulara ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Eğitim, Eğitim Kalitesi, Hizmet Kalitesi, Meslek Yüksekokulu Öğrencileri.

**JEL kodları:** M300, M310, M390

#### Abstract

In education service, alteration parties are institutions which offers education service and students who are traineeships. Thus, students are consumers in education service and satisfaction of present students must be priority aim for education institutions. The way to achieve this is possible with to understand correctly perceived service quality of students. The purpose of this study reveals perceived education service quality of vocational high school students. To accomplish this purpose service, service quality concepts, and affecting factors to service quality are explained, and then a survey is applied for show up perceived education quality of Pamukkale University (PAU) Kale vocational high school (VHS) students through importance-performance method which developed by Martilla and James (1977). According to the results of research found that the most important factor is lecturer, the least important factor is social facilities of Kale VHS and the highest performance to belong class of Kale VHS, the lowest performance to belong social facilities of Kale VHS for Kale VHS students.

**Keywords:** Education, Education Quality, Service Quality, Vocational High School Students.

**JEL codes:** M300, M310, M390

## 1. GİRİŞ

İhtiyaç kavramı, giderildiğinde kişiye haz, giderilmediğinde sıkıntı veren eksiklik olarak tanımlanabilir. Tüketiciler, ihtiyaçlarını ürün ya da hizmet olarak giderirler. Ürün ile hizmet arasındaki fark şu şekilde açıklanabilir: Ürün, tüketicinin sahipliğini edindiği, elle tutup, gözle görebildiği tüketim aracıdır. Hizmet ise tüketicinin çoğunlukla sahipliğini edinemediği, elle tutup gözle göremediği tüketim aracıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, eğitim, pazarlama açısından hizmet sınıfında değerlendirilebilir. Eğitim hizmetinde alışverişin tarafları, eğitimi hizmetini sunan kurum ve eğitimi alan öğrencilerdir. Dolayısıyla, eğitim hizmetinde öğrenciler, tüketici durumundadırlar ve eğitim hizmetini sunan kurumun hedef kitlesi mevcut öğrencileri olmalıdır.

Bu noktadan hareketle, eğitim kurumları öncelikli olarak, mevcut öğrencilerini tatmin etmek durumundadır. Bunu gerçekleştirebilmek için öğrencilerin eğitim kalitesine ilişkin algılarının doğru anlaşılması gerekir. Bu çalışmanın amacı, Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksek Okulu (MYO) öğrencilerinin eğitim kalitesi algısını ortaya koymaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için, alan yazın taraması sonucunda ilk olarak hizmet kavramı, hizmet kalitesi kavramı ve hizmet kalitesine etki eden faktörler açıklanmıştır. Son bölümde tamsayım yöntemi kullanılarak Pamukkale Üniversitesi Kale MYO öğrencilerinin algılanan eğitim kalitesini ortaya koymaya yönelik bir anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular ortaya konulmuştur.

## 2. HİZMET KAVRAMI

Hizmetlerin sunumunun ve tüketiminin eş zamanlı olması hizmet kavramının bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır (American Marketing Association). Bununla birlikte, alan yazında hizmet kavramına ilişkin birçok tanıma rastlamak mümkündür. American Marketing Association (AMA) hizmet kavramını (service), ürünlerin satışa sunulmasıyla elde edilen eylemler, faydalar ve doyumluklar olarak tanımlamıştır. Farklı kaynaklarda rastlanan hizmet tanımlarının bazıları bu tanımla paralellik göstermektedir (Örn. Boone ve Kurtz, 1992, Evans ve Berman, 1992, Lovelock ve Wirtz, 2007). Bunun dışında hizmet kavramını bazı araştırmacılar (Kotler, 1997, Kotler ve Armstrong, 1991, Dibb vd., 2001, Zikmund ve D'amico, 1995, Assael, 1992) tüketicinin elle tutamadığı, gözle göremediği, koklayamadığı, sahipliğini edinemediği faydalar olarak tanımlamışlardır.

Bununla birlikte hizmeti üründen ayıran temel özellikler genel olarak soyutluk, stoklanamama, ayrılmazlık ve değişkenlik olmak üzere dört başlık altında toplamak mümkündür (Hill, 1995). Soyutluk, ürünlerle hizmetler arasındaki en temel farktır. Hizmetler görülemez, koklanamaz, tadılamaz, hizmetlere dokunulamaz (Zeithaml vd. 1985). Dahası tüketici ürünlere sahip olabilir ancak hizmetlerde sahiplik söz konusu değildir (Kotler, 1997, Boone ve Kurtz, 1992). Hizmetlerin sunumu ve tüketimi eşzamanlıdır yani hizmetler aynı anda sunulur ve tüketilir. Dolayısıyla hizmetlerin, depolanması, saklanması ya da stoklanması söz konusu değildir. Ürünler, sırasıyla, üretilir, satılır ve tüketilir. Ancak, hizmetlerde süreç üründekinden farklıdır. Hizmetler önce satılır sonra aynı anda üretilir ve tüketilir. Bu durum, tüketicinin de hizmetin sunumu sürecinden ayrılmaması sonucunu ortaya çıkarır. Hizmetin bu özelliği ayrılmazlık olarak ifade edilebilir. Hizmetlerin birçoğunun emek yoğun olmasından dolayı, tüketicinin hizmeti alımı sırasında hizmeti sunan personelle doğrudan ilişki kurması durumu söz konusudur. Doğrudan ilişki ve

etkileşim hizmetlerin özelliklerinde farklılık algılanmasına neden olabilir. Hizmetin değişkenlik özelliği, hizmetin kalitesinin üreticiden üreticiye, tüketiciden tüketicie, günden güne farklılık gösterebileceğini hatta hizmeti sunan kişinin farklı zamanlardaki hizmet kalitesinin farklılık gösterebileceğini ifade eder (Solomon vd. 1985, Zeithaml vd. 1985).

Bu özellikleriyle hizmet kavramı çok geniş bir yelpazede değerlendirilebilir. Bu geniş yelpaze içerisinde hizmetin sınıflandırılmasına ilişkin farklı yaklaşımlardan bahsetmek mümkündür. Dibb vd. (2001) hizmetleri, pazarın türü, emeğin yoğunluk derecesi, tüketiciyle ilişkinin yoğunluk derecesi, hizmeti sunanın yetenekleri ve hizmeti sunanın amaçları olmak üzere beş başlık altında sınıflandırmışlardır. Bu sınıflandırmada, pazar türleri olarak tüketici pazarları ve endüstriyel pazarlar, emek yoğunluğunun derecesi olarak, iş gören temelli ve donanım temelli, tüketiciyle ilişkinin dereceleri olarak, yüksek ilişki düzeyi ve düşük ilişki düzeyi, hizmeti sunanın yetenekleri olarak, profesyonel ve profesyonel olmayan ve son olarak hizmeti sunanın amacı olarak da kar amaçlı olma ve kar amaçlı olmama şeklinde alt sınıflar ifade edilmiştir.

Kotler ve Armstrong (1991) ve Assael (1992), hizmetleri, ürünle ilgili hizmetler, donanım temelli hizmetler ve insan temelli hizmetler olmak üzere üç başlıkta sınıflandırmıştır. Ürünle ilgili hizmetler, garantiler, tamir ve bakım onarım olmak üzere üç alt kategoriye ayrılmış, donanım temelli hizmetler, otomasyon uygulanan hizmetler, beceri gerektirmeyen hizmetler ve beceri gerektiren hizmetler olarak üç alt başlıkta toplanmıştır. İnsan temelli hizmetler de benzer şekilde, beceri gerektirmeyen hizmetler, beceri gerektiren hizmetler ve profesyonel hizmetler olmak üzere üç alt başlıkta toplanmıştır.

Kotler (1997), hizmetlerin sınıflandırılmasını farklı bir yaklaşımla ele almış ve hizmetleri, tümüyle somut ürünler, hizmetle ilişkili ürünler, melez ürünler, ürün ve hizmetlerle ilişkili ana hizmetler ve tümüyle soyut hizmetler olmak üzere beş başlık altında sınıflandırmıştır.

Evans ve Berman (1992), hizmetlerin, pazarın türüne göre, somutluk derecesine göre, hizmeti sunanın yeteneklerine göre, hizmeti sunanın amacına göre, düzenleme derecesine göre, emeğin yoğunluk derecesine göre ve tüketiciyle ilişkinin yoğunluk derecesine sınıflandırılabilceğini ifade etmişlerdir. Bu sınıflandırmada ise araştırmacılar, eğitim hizmetini tamamen soyut hizmet ve tüketiciyle yoğun ilişkinin olduğu hizmet sınıflarında bir hizmet olduğunu belirtmişlerdir.

Yukarıda belirtilen özelliklerinden dolayı, üründen önemli ölçüde farklılaşan hizmete ilişkin, tüketicilerin hizmet kalitesi algısının da ürün kalitesi algısından farklı olması gerekmektedir. Bu noktaya açıklık getirmek için, bir sonraki bölümde, hizmet kalitesi, hizmet kalitesinin ölçümü ve hizmet kalitesine etki eden faktörler üzerinde durulacaktır.

### **3. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI VE HİZMET KALİTESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER**

Kaliteyi ölçme ve tanımlama çabaları büyük ölçüde ürün sektöründen gelmektedir. Ürünün somut olma özelliği tüketicinin kalite değerlendirmesinde daha ölçülebilir birtakım kriterler belirlemesine imkân verir. Ancak hizmet açısından bu çok mümkün değildir. Bu yüzden tüketiciler için hizmet kalitesini değerlendirmek ürün kalitesini değerlendirmekten daha zordur. Bununla birlikte, ürün kalitesini değerlendirme, ürünün çıktıları açısından ele alınabilir ancak hizmet için bu geçerli değildir. Hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, hizmetin sunum sürecine ilişkin değerlendirmeleri de kapsar (Parasuraman vd., 1985).

Parasuraman vd. (1985), çalışmalarında kaliteye ilişkin şu tanımları yapmışlardır: "Japon felsefesine göre kalite, bir ürünü bir seferde mümkün olan en az hata ile ortaya çıkarmaktır, kalite, gereksinimlere uygunluktur, kalite, içsel ve dışsal hataların tekrarlanma oranına bağlıdır." Aaker (1991), kaliteyi, tüketicinin zihninde gerçekleşen bir olgu olarak tanımlar. Terpstra ve Sarathy (1993), benzer bir tanımla, kalitenin tüketici algılarına bağlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Yukarıdaki kalite tanımları, daha çok ürün kalitesiyle ilgilidir. Ancak, ürün kalitesi hakkında bilgi sahibi olmak, hizmetin özelliklerinden dolayı, hizmet kalitesini anlamak için yeterli değildir (Parasuraman vd. 1985). Bu nedenle hizmet kalitesi tanımının ürün kalitesi tanımından farklı olması gerekir. AMA, hizmet kalitesini, hizmetin tüketicinin beklentisini karşılama derecesi olarak tanımlanmaktadır. Alan yazına bakıldığında bu tanımın birçok araştırmacı tarafından kabul edildiği görülmektedir. (Örn. Boone ve Kurtz, 1992, Evans ve Berman, 1992, Lovelock ve Wirtz, 2007, Kotler, 1997, Kotler ve Armstrong, 1991, Dibb vd., 2001, Zikmund ve D'amico, 1995, Assael, 1992, Parasuraman vd., 1985, Joseph ve Joseph, 1997 Voss vd., 2007, Hill, 1995, Cheng ve Tam, 1997, Athiyaman, 1997).

Hizmet kalitesi üç önemli boyuttan oluşur; hizmeti sunan iş görenle tüketici arasındaki iletişim, hizmet süreci ve fiziksel kanıt. Hizmeti sunan iş görenle tüketici arasındaki iletişim, hizmet sunumunun kalbidir. Bu noktada, hizmeti tüketiciye sunan iş gören hizmet kalitesi algısında anahtar rol oynar. Diğer bir deyişle tüketici ile iletişim kuran iş gören, sunulan hizmeti özetler. İş görenin yetenekleri, tüketiciyi tatmin etme isteği ve iş görenin görünüşü, tüketicinin hizmet kalitesi algısında önemli rol oynar. Hizmeti sunan iş gören, nezaketiyle, güler yüzlülüğüyle, bilgisiyile ya da yardımcılığıyla kendisini farklılaştırabilir. Hizmet kalitesinin ikinci boyutu olan hizmet süreci, hizmeti sunan kurum tarafından uyarlanmış politika sistemleriyle ilgilidir. Bazı durumlarda, hizmeti sunan kurumun türü, tüketicilerin tatminsizliğine neden olabilir. Özellikle, kamu kurumları ya da bürokrasinin yoğun olduğu kurumlar bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Bununla birlikte, tüketiciler sunulan hizmetin kalitesine ilişkin değerlendirme yapabilmek için, soyut özellikler yerine somut bir takım kriterleri göz önünde bulundurmak isterler. Bu durum hizmet kalitesinin üçüncü boyutu olan fiziksel kanıtı işaret eder. Fiziksel kanıt, tatmin düzeyini ortaya çıkarmak için hizmetle çağrışım yapabilir. Özellikle, günlerinin önemli bir kısmını eğitim hizmeti sunan kuruma ait tesislerde geçirdiği eğitim sektöründe fiziksel bir kanıt olarak okul binası öğrencilerin hizmet kalitesi algısında önemli bir kriter olarak değerlendirilebilir (Oldfield ve Baron, 2000).

Hizmet kavramının tanımına bakıldığında, tüketicilerin hizmet kalitesi algısını şekillendiren en önemli faktörün tüketicilerin beklentileri olduğu söylenebilir (Dibb vd. 2001). Zeithaml vd. (1993), tüketici beklentilerinin üç türünden bahsetmiştir. Talep edilen hizmet, tüketicilerin, sunulmasını umdukları hizmet düzeyidir. Yeterli hizmet, tüketicilerin kabul edebilecekleri en düşük hizmet düzeyini ifade eder. Tahmin edilen hizmet ise, tüketicilerin, hizmeti sunan kuruma ilişkin hizmet performansına olan inançlarıdır. Tüketicilerin, hizmeti sunan kurumun hizmet kalitesine ilişkin algıları, yukarıda belirtilen beklentilerin karşılama derecesiyle ölçülür.

Alan yazındaki hizmet kalitesi tanımları göz önünde bulundurulduğunda, hizmet kalitesinin, sunulan hizmetin, tüketici beklentilerini karşılama düzeyi olduğu sonucuna

varılmaktadır. Bu noktada, hizmeti sunan kurumlar açısından hizmet kalitesini artırmanın yolunun tüketicilerin beklentilerini doğru tespit etmekten geçtiği söylenebilir. Tüketici beklentilerinin doğru tespit edilememesi, sunulan hizmet kalitesinin tüketiciler tarafından düşük algılanmasına neden olacaktır (Oldfield ve Baron, 2000). Bu çalışmanın konusunun, eğitim kalitesi olması dolayısıyla, alan yazın taraması, eğitim kalitesine etki eden faktörler üzerinden yapılmış ve yapılan çalışmalarda eğitim kalitesine ettiği belirlenen faktörler belirtilmiştir.

Bu bağlamda, Joseph ve Joseph'in (1997), üniversite öğrencilerinin eğitim kalitesi algısına etki eden faktörleri ortaya koymayı amaçladıkları çalışmalarında, eğitimin verildiği programın, eğitimin verildiği kurumun imajının, fiziksel şartların, eğitimi veren kurumun bulunduğu bölgenin eğitim kalitesine etki ettiğini ifade etmişlerdir. Çalışmada, üniversite öğrencileri açısından eğitim kalitesine etki eden en önemli faktörün eğitimin verildiği kurumun imajı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Voss vd. (2007) tarafından eğitim kalitesinde öğretim elemanlarının rolünü belirlemeye yönelik yapılmış çalışmada ise, üniversite öğrencilerinin eğitim hizmeti kalitesinde, öğretim elemanlarının önemli role sahip olduğunu düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Tan ve Kek (2004) tarafından iki farklı üniversitede yapılmış olan çalışmada, eğitim kalitesine etki eden faktörler arasında, dersler ve ders içerikleri, eğitim kurumunun sosyal ve fiziksel şartlarının bulunduğu saptanmıştır. Çalışmanın sonucunda her iki üniversitenin öğrencileri için de eğitim kalitesine etki eden en önemli faktörün derslerin içeriği olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Athiyaman (1997) tarafından, eğitim kalitesi algısı ile öğrenci tatmini arasındaki bağlantıyı ortaya koymak için yapılmış çalışmada, eğitim kalitesine etki ettiği düşünülen faktörlerden bazıları sosyal şartlar, sınıfların genişliği ve dersler ve ders içerikleri olduğu belirlenmiştir. Çalışma sonucunda, öğrencilerin algıladıkları eğitim kalitesinin, eğitim hizmetini veren kuruma karşı tutumlarında ve eğitim hizmetinden tatmin olup olmamada etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

#### **4. METODOLOJİ**

##### **4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

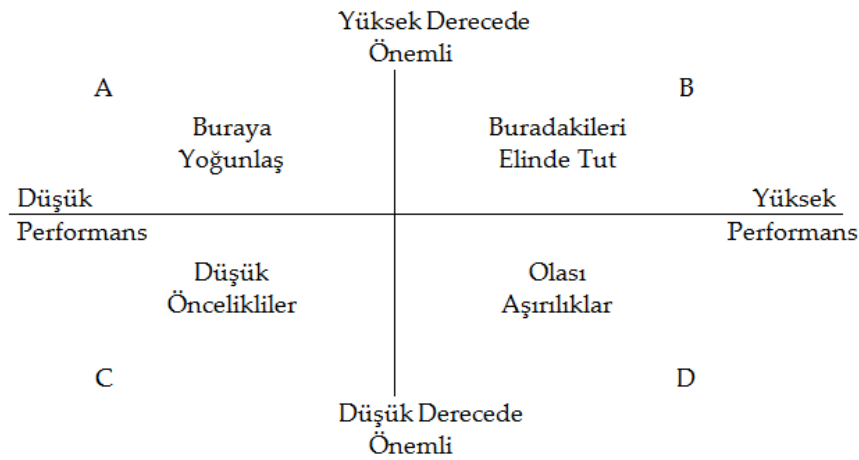
Araştırmanın nihai amacı üniversitenin imajı, MYO'nun bulunduğu ilçe, MYO'nun fiziksel şartları (okul binası vb.), MYO'nun sosyal şartları (yemekhane, kütüphane, spor alanları vb.), kayıtlı olunan program, sınıflar (ışık, sıcaklık vb.), dersler ve ders içerikleri ve öğretim elemanları (mesleki yeterlilikler ve deneyimler, kişisel özellikler vb.) açılarından MYO öğrencilerinin eğitim kalitesi algısını ortaya koymaktır. Araştırma, Kale MYO tarafından verilen eğitim hizmeti kalitesinin artırılmasına yönelik yol gösterici olacaktır. Bununla birlikte yabancı alan yazında eğitim kalitesinin ÖPA ile değerlendirilmesine ilişkin çalışmalara sıklıkla rastlanırken (Joseph ve Joseph, 1997, Wright ve O'Neill, 2002, O'Neill ve Palmer, 2004, Joseph vd., 2005, Angell vd., 2008) yerli alan yazında sık rastlanmamaktadır. Bu noktada çalışma bu boşluğun doldurulmasına katkı sağlaması bakımından da önem taşımaktadır.

##### **4.2. Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmanın amacı doğrultusunda birincil veri toplama yöntemlerinden yüz yüze anket uygulamasından faydalanılmıştır. Anket toplamda üç bölüm ve 18 sorudan oluşturulmuştur. Birinci bölümde, alan yazın taraması sonucunda araştırmacı tarafından araştırmanın

konusuna uygun olduğu düşünülen üniversitenin imajı, MYO'nun bulunduğu ilçe, MYO'nun fiziksel şartları (okul binası vb.), MYO'nun sosyal şartları (yemekhane, kütüphane, spor alanları vb.), kayıtlı olunan program, sınıflar, dersler ve ders içerikleri ve öğretim elemanları faktörlerinin öğrencilerin eğitim kalitesi algısındaki önem derecelerini belirlemeye yönelik 5 ifade yer almaktadır. Bu İkinci bölümde, PAÜ Kale MYO'nun belirtilen faktörlerdeki performansını belirlemeye ilişkin 5 ifade yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise demografik ve eğitimle ilgili bilgilere yönelik 2 soru yer almaktadır. Birinci ve ikinci bölümdeki sorularda öğrencilerin belirlenen faktörlerin önem ve performans düzeylerini ölçmek için 5'li Likert ölçeğinden faydalanılmıştır. Burada eğitim kalitesinde faktörlerin önemi belirlemeye yönelik anketin birinci kısmını oluşturan ifadeler için 1 (Hiç önemli değil), 5 (Çok önemli), Kale MYO'nun belirtilen faktörlerindeki performansını ölçmeye yönelik anketin ikinci kısmını oluşturan ifadeler için 1 (Çok düşük performans), 5 (Çok yüksek performans)'ı ifade etmektedir.

Eğitim kalitesinde yardımcı unsurların tanımlanması ve bu unsurların kaliteyi artırmadaki önemlerini ortaya koyması dolayısıyla (O'Neill ve Palmer, 2004) eğitim kalitesini ölçmede uygun bir yöntem olduğundan (Angell vd., 2008) bu çalışmada hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerinden Martilla ve James (1977) tarafından geliştirilen önem-performans analizi (ÖPA) kullanılmıştır. ÖPA'nin eğitim kalitesini ölçmek için uygun bir araç olduğunu, ÖPA'nde tüketicilerin hizmet kalitesi algısını ölçmeye yardımcı olacak iki temel unsurdan faydalanılır. Bunlardan birincisi, tüketicilerin hizmetin özelliklerine verdikleri önem derecesi, ikincisi ise hizmeti sunan kurumun belirlenen bu önem derecelerini karşılama düzeylerini ifade eden hizmetin performans derecesidir. ÖPA sonucunda aritmetik ortalamalar kullanılarak tüketicilerin, hizmet kalitesi algılarını gösteren bir harita ortaya konur. Bu harita aracılığıyla hizmeti sunan kurum, sunduğu hizmetin hangi özelliklerine yoğunlaşması gerektiğini, hangi özelliklerini elinde tutması gerektiğini, hangi özelliklerinin önceliklerinin diğerlerine göre daha düşük olduğunu ve hangi özelliklerinin olası aşırılıklarının olduğu görülebilir ve bunlara uygun çözümler geliştirebilir. ÖPA'ya ilişkin harita Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1: Önem-Performans Haritası (ÖPH)( Martilla ve James, 1977)

### 4.3. Ana Kütle ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın ana kütlelerini PAÜ Kale MYO öğrencileri oluşturmaktadır. 2012-2013 eğitim-öğretim yılında PAÜ Kale MYO'nda faaliyette olan bir programda (Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı) üç şubede (1. Sınıf N.Ö., 1. Sınıf İ.Ö., 2. Sınıf N.Ö.) kayıtlı öğrenci sayısı 121'dir. Ana kütlelerin küçük olmasından ve alan yazında (Nakip, 2006: 195) ana kütlelerin küçük olduğu durumlarda tamsayım yönteminin makul olduğunun ifade edilmesinden dolayı çalışmada tamsayım yöntemiyle veri toplanmıştır. Tamsayım, ana kütlelerin tamamından veri elde etmeyi ifade eden yöntemdir. Bununla birlikte kayıtlı olduğu halde okula devam etmeyen ya da okulu bırakmış öğrenciler mevcuttur. Bu noktadan hareketle araştırmaya katılımı en üst düzeyde tutmak amacıyla bahar dönemi ara sınavları sırasında anket uygulaması yapılmış ve toplam 78 öğrenciden veri elde edilmiştir.

### 4.4. Araştırmanın Güvenirliliği

Pazarlama araştırmalarında ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmede faydalanılan yöntemlerden birisi Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) değeridir. Bu çalışmada ankette kullanılan faktörlere ilişkin anketin ( $\alpha$ ) değeri 0,895 olarak çıkmıştır. Bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu şeklinde yorumlanabilir (Nakip, 2006: 146).

### 4.5. Bulgular

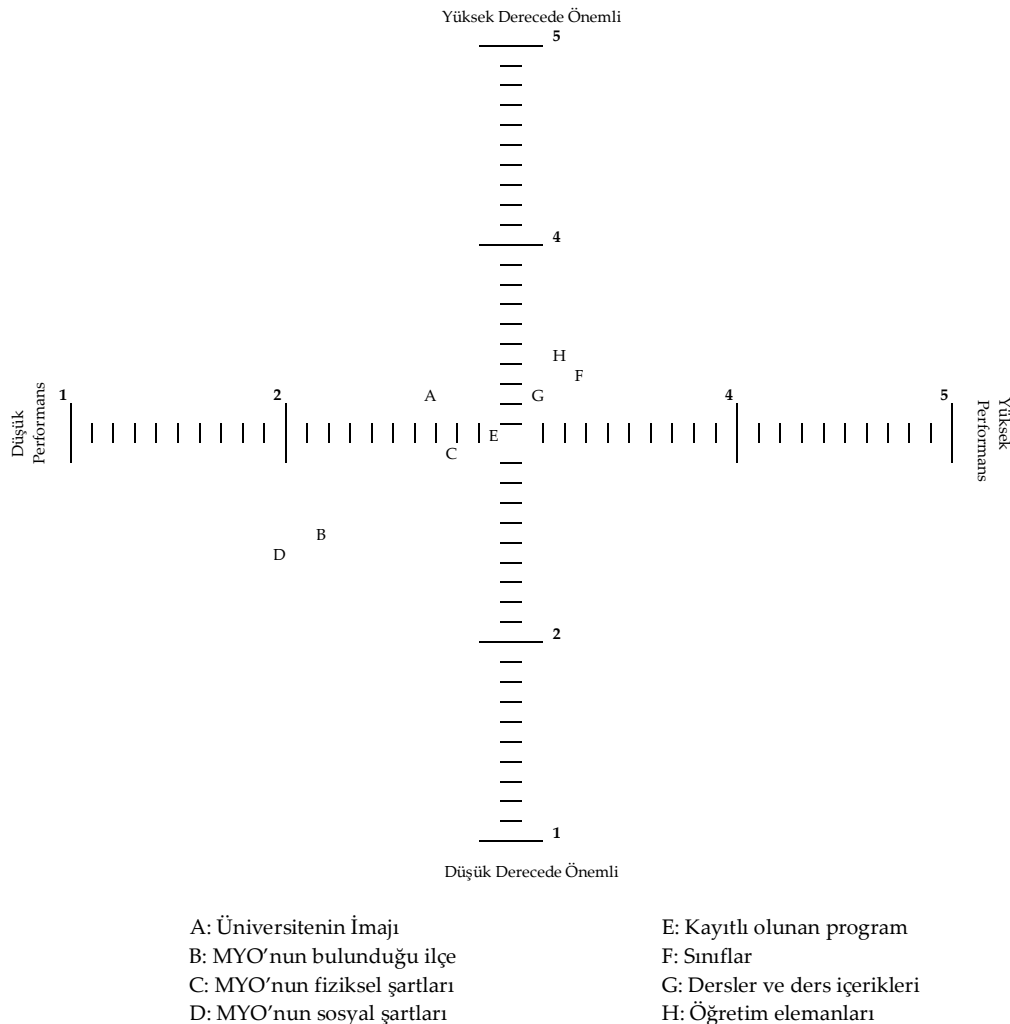
Araştırmada Kale MYO öğrencilerinin belirlenen faktörlere ilişkin verdikleri cevapların aritmetik ortalamalarını gösteren Tablo 1'e bakıldığında öğrenciler açısından eğitim kalitesindeki en önemli faktörün öğretim elemanları olduğu ( $\bar{x} = 3,46$ ), bunu sınıfların ( $\bar{x} = 3,36$ ), ve dersler ve ders içeriklerinin takip ettiği ( $\bar{x} = 3,21$ ) görülmektedir. Diğer taraftan öğrencilerin eğitim kalitesinde en az önemli olduğunu ifade ettikleri faktör ise MYO'nun sosyal şartlarının olduğu ( $\bar{x} = 2,51$ ) sonucu ortaya çıkmıştır. Tabloda Kale MYO öğrencilerinin belirlenen faktörlere ilişkin en yüksek performansa sahip olduğunu düşündükleri faktörün sınıflar olduğu ( $\bar{x} = 3,25$ ), bu faktörü öğretim elemanları ( $\bar{x} = 3,17$ ) ve dersler ve ders içeriklerinin takip ettiği ( $\bar{x} = 3,07$ ), en düşük performansa sahip olduğu düşünülen faktörün ise MYO'nun sosyal şartlarının olduğu ( $\bar{x} = 2,00$ ) görülmektedir. Tabloya bakıldığında eğitim kalitesine ilişkin tüm faktörlerde Kale MYO öğrencileri için tatminsizlik olduğu söylenebilir. Öğrenciler için araştırmaya konu olan faktörlerden tatminsizlik düzeyi en fazla olanı -0,51 farkla MYO'nun sosyal şartlarıdır. Bunu üniversitenin imajı ve MYO'nun bulunduğu ilçe takip etmektedir. Tatminsizlik düzeyinin en az olduğu faktör -0,10 farkla kayıtlı olunan programdır.

**Tablo 1:** MYO'nun Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörlerin Ortalama Değerleri

Faktör	Önem*	Performans**	Performans-Önem
A. Üniversitenin İmajı	3,18	2,68	-0,50
B. MYO'nun bulunduğu ilçe	2,59	2,15	-0,44
C. MYO'nun fiziksel şartları (Okul binası vb.)	2,95	2,77	-0,18
D. MYO'nun sosyal şartları (Yemekhane, kütüphane vb.)	2,51	2,00	-0,51
E. Kayıtlı olunan program	3,03	2,93	-0,10
F. Sınıflar (Işık, sıcaklık)	3,36	3,25	-0,11
G. Dersler ve ders içerikleri	3,21	3,07	-0,14
H. Öğretim elemanları (Mesleki yeterlilikler ve deneyimler, kişisel özellikler vb.)	3,46	3,17	-0,29

\* (1) Hiç önemli değil, (5) Çok önemli. \*\* (1) Çok kötü, (5) Çok iyi.

Cevaplayıcılardan elde edilen verilerin aritmetik ortalamaları kullanılarak oluşturulan Şekil 2'deki ÖPH'na bakıldığında PAÜ Kale MYO için eğitim kalitesinde yoğunlaşması gereken faktörün üniversitenin imajı olduğu görülmektedir. Kale MYO açısından elde tutulması gereken faktörler sınıflar, dersler ve ders içerikleri ve öğretim elemanlarıdır. Bu faktörlerin elde tutulmasının Kale MYO'na ilişkin öğrencilerin eğitim kalitesi algısı açısından ilerleyen süreçte önemli olduğu ifade edilebilir. Kale MYO için eğitim kalitesinde MYO'nun bulunduğu ilçe, MYO'nun fiziksel şartları ve MYO'nun sosyal şartları düşük öncelikli faktörlerdir. ÖPH'ndaki ilginç noktalardan birisi de öğrenciler için kayıtlı olunan programın haritadaki bulunduğu noktadır. Söz konusu faktör haritanın orta noktasına yakın bir yerde yer almaktadır. Bu durum öğrencilerin eğitim kalitesi algısında kayıtlı oldukları programa verdikleri önem ile Kale MYO'nda kayıtlı oldukları programın performansının orta düzeyde ve birbirine çok yakın olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu faktörün haritadaki hiçbir bölüme tam olarak dâhil olmadığı ifade edilebilir.



Şekil 2: MYO'nun Eğitim Kalitesine Etki Eden Faktörlere İlişkin ÖPH



## 5. SONUÇ

Daha önce yapılmış birçok çalışmada (Joseph ve Joseph, 1997, Athiyaman, 1997, Wright ve O'Neill, 2002, Tan ve Kek, 2004, O'Neill ve Palmer, 2004, Joseph vd. 2005, Voss vd., 2007, Angell vd., 2008) öğrencilerin eğitim kalitesi algısına etki eden değişik faktörlerin olduğuna ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır. Yabancı alan yazında ÖPA ile sıklıkla ele alınan bu konu yerli alan yazında çok fazla ele alınmamıştır. Bu çalışmada hizmet türlerinden biri olan eğitimin kalitesine ilişkin öğrencilerin bakış açılarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda öncelikle hizmet kavramı ve hizmet kalitesine ilişkin bir alan yazın taraması yapılmış, daha sonra Pamukkale Üniversitesi Kale MYO'nda tamsayım yöntemiyle bir anket uygulaması yapılmıştır. 78 öğrenciden elde edilen veriler, ÖPA yönteminden faydalanılarak yorumlanmıştır.

Elde edilen bulgular Kale MYO öğrencilerine göre eğitim kalitesinde en önemli faktörün öğretim elemanları olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bu bulgu Voss vd.'nin (2007) elde ettiği bulguları desteklemektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta çalışmaların farklı ülkelerde yapılmış olmasından dolayı, kültürel vb. farklılıkların öğrencilerin öğretim elemanlarını değerlendirme kriterlerini etkileyip etkilemediğidir. Bahsedilen çalışmanın Almanya'da yapılmış olması ve Türk-Alman kültürleri arasında bir takım farklılıkların olması beklentisi, bu çalışmadaki "öğretim elemanı" faktörünün derinlemesine incelenmesi durumunu zorunlu hale getirebilir. Diğer yandan Kale MYO öğrencileri için eğitim kalitesinde en az önemli olan faktör eğitim kurumunun sosyal şartlarıdır. Elde edilen bu bulgu daha önce yapılmış bazı çalışmalardaki (Athiyaman, 1997, Wright ve O'Neill, 2002, Tan ve Kek, 2004) sonuçlar ile örtüşmemektedir. Bununla birlikte Kale MYO öğrencileri için Kale MYO'nun sosyal şartları en düşük performansa sahiptir. Öğrencilerin bir taraftan sosyal şartları en düşük önemde görürken sosyal şartlara ilişkin performansı da en düşük düzeyde görmeleri ve dahası en fazla tatminsizliğin sosyal şartlarda gerçekleşmiş olması Kale MYO öğrencileri için "sosyal şartlar"ı nelerin oluşturduğunun anlaşılması yönünde derinlemesine bir çalışmayı gerektirmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda Kale MYO öğrencileri için değerlendirme konusu olan faktörler içerisinde en yüksek performansa sahip olan sınıflardır. Buna rağmen öğrencilerin bu faktöre ilişkin de bir tatminsizliği söz konusudur. Dolayısıyla diğer faktörler için olduğu gibi bu faktör için de öğrencilerin algısına etki eden alt faktörler belirlenerek, algılanan kaliteyi yükseltmek için nelerin yapılabileceği noktasında derinlemesine bir çalışma yapılmasının gerekliliğinden bahsedilebilir.

Çalışmanın sonuçlarına genel olarak bakıldığında Kale MYO öğrencilerinin değerlendirmeye konu olan faktörlere ilişkin eğitim kalitesiyle ilgili tatminsizliklerinden bahsedilebilir. Bu noktada yapılması gereken en önemli şey bu tatminsizliğin temel nedenlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu çalışmada değerlendirme konusu olan faktörlerin dışında bazı başka faktörlerin olup olmadığının ya da bu faktörler arasında etkileşim olup olmadığının ortaya konulması gerekir. Bu durumun ortaya çıkarılmasının ardından Kale MYO yönetiminin özellikle üniversitenin imajına yoğunlaşması gerekmektedir. Konuya ilişkin neler yapılabileceğiyle ilgili öğrencilerin dışında akademik ve idari personelden de veriler toplanabilir ve bu doğrultuda bir yol haritası belirlenebilir. Ayrıca kafeterya, kütüphane vb. alanların faaliyete geçirilmesi öğrencilerin MYO'nun sosyal şartlarına ilişkin algılarını olumlu yönde etkileyecektir. Böylece önümüzdeki yıllarda kayıt yaptıran öğrencilerin

algıladıkları kalite yükselecek ve bu durum ilerleyen dönemlerde Kale MYO'nun tercih edilirliliğini olumlu yönde etkileyebilecektir.

MYO öğrencilerinin eğitim kalitesi algısını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmanın bir takım kısıtları vardır. Bunlardan en önemlisi, çalışmanın yapıldığı sırada MYO'nda yalnızca bir bölümün faaliyette olmasından kaynaklı, ana kütlenin az sayıda öğrenciden oluşmasıdır. Çalışmada yalnızca anket uygulamasının yapılmış olması çalışmanın bir başka kısıdı olarak ifade edilebilir.

Çalışmada MYO öğrencileri tarafından değerlendirilmesi istenen faktörlerin alt faktörlere sahip olmasından dolayı her birinin ayrı ayrı derinlemesine incelenebilecek olmasının, çalışmanın yazarı tarafından bundan sonraki çalışmalarda araştırmacılar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity*. Free Press, New York.
- AMA, [www.marketingpower.com/\\_layouts/dictionary.aspx?dLetter=S](http://www.marketingpower.com/_layouts/dictionary.aspx?dLetter=S), Erişim: 05.02.2013.
- Angell, R.J., Heffernan, T.W. & Megicks, P. (2008). Service Quality in Postgraduate Education. *Quality Assurance in Education*, 16(3), 236-254.
- Assael, H. (1992). *Marketing Principles & Strategy*, The Dryden Press, Second Edition.
- Athiyaman, A. (1997). Linking Student Satisfaction and Service Quality Perceptions: The Case of University Education. *European Journal of Marketing*, Vol. 31, Iss: 7, pp. 528 – 540.
- Boone, L.E. & Kurtz, D.L. (1992). *Contemporary Marketing*. The Dryden Press, Seventh Edition.
- Cheng, Y.C. & Tam, W.M. (1997). Multi-models of Quality in Education. *Quality Assurance in Education*, Vol. 5, Iss: 1, pp. 22 – 31.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.M. & Ferrel, O.C. (2001). *Marketing Concepts and Strategies*. Houghton Mifflin, Fourth European Edition.
- Evans, J.R. & Berman, B. (1992). *Marketing*. Macmillan Publishing Company, Fifth Edition.
- Hill, F.M. (1995). Managing Service Quality in Higher Education: The Role of the Student As Primary Consume. *Quality Assurance in Education*, Vol. 3 Iss: 3 pp. 10 – 21.
- Joseph, M. & Joseph, B. (1997). Service quality in education: a student perspective. *Quality, Assurance in Education*, Vol. 5 Iss: 1 pp. 15 – 21.
- Joseph, M., Yakhou, M. & Stone, G. (2005). An Educational Institution's Quest for Service Quality: Customers' Perspective. *Quality Assurance in Education*, 13(1), 66-82.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall International, Ninth Edition.

- Kotler, P. & Armstrong, G., (1991). Principles of Marketing. Prentice Hall International, Fifth Edition.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2007). Services Marketing People, Technology, Strategy. Pearson International Edition, Sixth Edition.
- Martilla, J. & James, J. (1977). Importance-performance analysis, Journal of Marketing, Vol. 41, January pp. 77-79.
- Nakip, M. (2006), Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- O'Neill, M. A. & Palmer, A. (2004). Importance-Performance Analysis: a Useful Tool for Directing Continuous Quality Improvement in Higher Education. Quality Assurance in Education, 12(1), 39-52.
- Oldfield, B.M. & Baron, S. (2000). Student Perceptions of Service Quality in a UK University Business and Management Faculty. Quality Assurance in Education, Vol. 8, Iss: 2, pp. 85 – 95
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, Autumn, Vol. 49, pp. 41-50.
- Solomon, M.R., Surprenant, C.F., Czepiel, J.A. & Gutman, E.G. (1985). A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: The Service Encounter. Journal of Marketing, Vol. 49, pp. 99-111.
- Tan, K.C. & Kek, S.W. (2004). Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach. Quality in Higher Education, 10:1, pp. 17-24.
- Terpstra, V. & Sarathy, R. (1993). International Marketing, Dryden Press, Sixth Edition.
- Voss, R., Gruber, T., Szmigin, I. (2007). Service Quality in Higher Education: The Role of Student Expectations. Journal of Business Research, 60, pp. 949–959.
- Wright, C. & O'Neill, M. (2002). Service Quality Evaluation in the Higher Education Sector: an Empirical Investigation of Students' Perceptions. Higher Education Research and Development, 21(1), 23-39.
- Zeithaml V.A., Berry L.L. & Parasuraman A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Services. Journal of Academic Marketing Science, 21(1), pp. 1–12.
- Zeithaml V.A., Parasuraman A. & Berry L.L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing, Journal of Marketing, Vol. 49, pp. 33-46.
- Zikmund, W.G. & D'Amico, M. (1995). Effective Marketing Creating and Keeping Customers. West Publishing Company.

## EK 1: ÇALIŞMA ANKETİ

Sevgili Öğrenciler,

Ekte yer alan anket Pamukkale Üniversitesi Kale MYO'da öğrencilerin eğitim kalitesi algılarını belirlemeye yönelik bir araştırma için hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevaplar amacımıza ulaşmamıza yardımcı olacağından, sizden ricamız ankette yer alan sorulara içtenlikle yanıt vermenizdir. Edinilen bilgiler hiçbir şekilde üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır.

İlginiz ve katılımınız için teşekkür ederim.

Saygılarımla,  
Öğr. Gör. Tamer BARAN

	<b>Lütfen size göre aşağıdaki faktörlerin eğitim kalitesindeki önemini belirtiniz.</b>	1-Hiç Önemli Değil	2-Önemli Değil	3-Ne Önemli Ne Değil	4-Önemli	5-Çok Önemli
1	Kayıtlı Olunan Üniversitenin İmajı					
2	MYO'nun Bulunduğu İl/İlçe					
3	MYO'nun Fiziksel Şartları (Okul Binası, Ders Donanımları, Temizlik, Isı vb.)					
4	MYO'nun Sosyal Şartları (Yemekhane, Kafeterya, Spor Alanları, Kütüphane-İnternet vb.)					
5	Kayıtlı Olunan Program					
6	Sınıflar (aydınlık, sıcaklık vb.)					
7	Dersler ve Ders İçerikleri					
8	Öğretim Elemanları (Mesleki Yeterlilikler, Mesleki Deneyimler ve Kişisel Özellikler vb.)					

	<b>Lütfen size göre Pamukkale Üniversitesi Kale MYO'nun aşağıda belirtilen faktörlerdeki performansını belirtiniz.</b>	1-Çok Kötü	2-Kötü	3-Ne İyi Ne Kötü	4-İyi	5-Çok İyi
1	Kayıtlı Olunan Üniversitenin İmajı					
2	MYO'nun Bulunduğu İl/İlçe					
3	MYO'nun Fiziksel Şartları (Okul Binası, Ders Donanımları, Temizlik, Isı vb.)					
4	MYO'nun Sosyal Şartları (Yemekhane, Kafeterya, Spor Alanları, Kütüphane-İnternet vb.)					
5	Kayıtlı Olunan Program					
6	Sınıflar (aydınlık, sıcaklık vb.)					
7	Dersler ve Ders İçerikleri					
8	Öğretim Elemanları (Mesleki Yeterlilikler, Mesleki Deneyimler ve Kişisel Özellikler vb.)					

Cinsiyetiniz:

Kız

Erkek

Sınıfınız/Öğrenim Türünüz (N.Ö./İ.Ö.):