

# KÖYLERE HİZMET GÖTÜRME BİRLİKLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ: BAYRAMIÇ KÖYLERE HİZMET GÖTÜRME BİRLİĞİ ÖRNEĞİ

**Mustafa Kara**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
Yrd.Doç.Dr.

[mustafakara@comu.edu.tr](mailto:mustafakara@comu.edu.tr)

**Kemal Kızılkaya**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Doktora Öğrencisi

[kemal.kizilkaya@icisleri.gov.tr](mailto:kemal.kizilkaya@icisleri.gov.tr)

## ÖZET

Firmaların devamlılığı için müşteri tatmini ne kadar önemliyse, siyasal iktidarların devamlılığı için de vatandaş tatmini o kadar önemlidir. Bu nedenle, kamu kurum ve kuruluşlarının da firmalar gibi verdikleri hizmetin kalitesini ölçmeleri gerekmektedir. Araştırmanın amacı, Servqual Ölçeğiyle Köylere Hizmet Götürme Birliklerinde (KHGB) hizmet kalitesinin ölçülüp ölçülemeyeceğinin belirlenmesidir. Araştırma verileri Bayramiç KHGB meclis üyeleriyle anket yapılarak toplanmıştır. Verilerin analizinde önce, her boyuta ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmış, sonra ağırlıklandırılmamış Servqual puanları hesaplanmıştır. Aynı zamanda, KHGB meclis üyelerinin hizmet algılamaları ile beklentileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını araştırmak için “t testi” yapılmıştır. Araştırma sonucunda, Bayramiç KHGB meclis üyelerinin Birlik tarafından sunulan hizmetlerin hepsinde beklentilerinin altında hizmet aldıkları algısına sahip oldukları anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu hizmetleri, kalite, hizmet.

**Alan Tanımı:** Kamu hizmeti

## **ASSESMENT OF SERVICE QUALITY IN THE SERVICE DELIVERY UNIONS FOR THE VILLAGES: THE CASE OF SERVICE DELIVERY UNION OF BAYRAMIC**

### **ABSTRACT**

As customer satisfaction is important factor for the sustainability of businesses, citizenship satisfaction is equally important for the sustainability of a political power. Therefore, state institutions and enterprises need to assess the quality of their services. The purpose of the study is to determine whether it is possible to assess service quality in the service delivery unions (SDU) for the villages by using Servqual Scale or not. Research data of the study has been collected by using a survey over the members of Bayramiç SDU board. Before the start of the data, reliability analysis for each dimension has been conducted and then their unweighted Servqual scores have been calculated. At the same time, “t test” has been conducted to identify whether the service quality perceptions and the expectations of board members of Bayramic SDU differed or not. The result of the study put forward that all board members of Bayramic SDU have perception which demonstrate that they think they receive lower levels of service quality than their expectations.

**Key Words:** Public goods, quality, service.

**Jel Code:** H41, L15, L84

### **1. LİTERATÜR ÖZETİ**

Bu başlık altında ilk olarak, hizmet, kamu hizmeti, kalite ve hizmet kalitesi kavramları tanımlanmış; ikinci olarak, hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda bilgi verilmiş ve bu bağlamda yapılmış bazı çalışmalara değinilmiştir.

#### **1.1. Kavramsal Çerçeve**

Hizmet, insanlar ve makineler tarafından insanların faydası için üretilen, üretim ve tüketiminin eş zamanlı olduğu, heterojen nitelikte ve fiziksel olmayan ürünlerdir (Savaş ve Güldüren Kesmez, 2014: 2). Bir ürün olarak hizmet, kar amacı güden/gütmeyen örgütler tarafından sunulan çok geniş kapsamlı ve soyut ürünleri temsil etmektedir. Müşteriler hizmetleri değerlendirir ve bazen de bedelini ödeyerek bunları satın alırlar. Firmaların hizmet sunumlarını artırmalarıyla birlikte söz verdikleri hizmetlerin tasarlanması ve sunumunda daha fazla uzmanlığa gereksinim duyulmaya başlanmıştır. Aynı zamanda, hizmetlerin

yönetimi ve pazarlanması yeni hizmet mantığı ve özgün yaklaşımlara ihtiyacı artırmıştır (Jones ve Shandiz, 2015: 49).

Grönroos (2006: 322) hizmeti, karşılıklı etkileşim halindeki müşteriler ve halk, mallar ve diğer fiziksel kaynaklar, sistemler ve/veya altyapı tesislerini temsil eden ve müşteri sorunlarını çözmeye odaklanmış hizmet sağlayıcıları ve muhtemel diğer müşterileri kapsayan bir süreç olarak tanımlamıştır. Mallarda olduğu gibi, hizmetlerde de arz eden ve talep eden şeklinde iki grup bulunmaktadır. Bununla birlikte, hizmetler bazı özellikleriyle mallardan ayrılmaktadır.

Soyutluk, değişkenlik ve ayrılmazlık hizmetleri mallardan ayıran temel özelliklerdir. Soyutluk, hizmetlerin duyu organlarıyla algılanamamasını ifade etmektedir. Hizmeti almadan önce değerlendirmek ya da hizmetin mülkiyetine sahip olmak mümkün değildir. Hizmetler genellikle sayılamaz, ölçülemez, stoklanamaz, test edilemez ve gelecekteki kalitesi için garanti verilemez (Savaş ve Güldüren Kesmez, 2014: 2). Bu nedenle, hizmet bir gruptan diğerine devredildiğinde sahipliğin karşı tarafa geçmediği, sunanın insan olması nedeniyle heterojen yapıdaki ihtiyaç ve istekleri karşılayan eylemler ve işlemleri anlatmaktadır (Özgüven, 2008: 653). Ayrılmazlık, hizmetin üretimiyle tüketiminin birbirinden ayrılamamasıdır (Devebakan ve Aksaraylı, 2013: 39). Hizmetin üretim ve tüketiminin eş zamanlı olması, hizmeti sunan personel ile müşteri arasındaki iletişimi zorunlu kılmaktadır. Hizmetler mallar gibi fabrikada üretilip mağazalarda satılmadığından, hizmetin kalitesi fabrikada tasarlanamaz, ancak müşteriye sunulduktan sonra ölçülebilir. Değişkenlik ise, hizmetlerin heterojen olmasıdır. Hizmet performansı üreticiye, tüketiciye ve zamana göre değişir nitelikte olduğundan, hizmetin her müşteriye aynı kalitede sunulmasında hizmet veren personelin davranış tutarlılığını güvence altına almak zordur. (Savaş ve Güldüren Kesmez, 2014: 2).

Kamu hizmeti söz konusu olduğunda kamu yararı kavramı ön plana çıkmaktadır. Kamu hizmeti kamu yararını sağlamak için yürütülen bir etkinliktir (Giritli vd., 2008: 957). Ancak, bir faaliyette kamu yararı bulunup bulunmadığını tespit etmenin objektif ve bilimsel bir yolu bulunmamaktadır. Kamu yararını tanımlama yetkisi kurucu iktidara ve devletin yetkili organlarına verilmiştir. Kurucu iktidar, yasama organı ve idarenin kamu yararı gördüğü faaliyetlerde kamu yararı var; görmediklerinde ise kamu yararı yoktur (Gözler ve Kaplan, 2013: 529). O halde kamu hizmeti, giderilmesinde kamu yararı bulunan bir toplumsal ihtiyacı karşılamak amacıyla, kamu tüzel kişileri ya da onların gözetim ve denetimi altında özel girişim tarafından, özel bir hukuksal düzen içinde yürütülen faaliyetlerdir (Giritli vd., 2008: 955).

Kamu hizmetlerinin özel girişim faaliyetlerinden farklılıkları vardır. Bu farklılıklar, zorunluluk, kamu gücünü kullanma yetkisi, kamu yararı, kamu hizmetinin alanın genişletilmesinin zor olması, koordinasyon ve birlik, kamu hukuku ve ücretsizlik şeklinde sıralanmaktadır. Özel girişimin bir faaliyeti üzerine alıp almamakta serbest olmasına karşın, idareye kanunla bir kamu hizmetinin verilmesi halinde idarenin bu kamu hizmetini yürütmesi zorunludur. Özel girişimin kamu gücü kullanma yetkisi yokken, kamu hizmetlerinin yürütülmesinde idare, kamu gücünü kullanma yetkisine sahiptir. Özel girişimin kamu hizmetini yerine getirmesindeki amacı özel yarar, idarenin kamu hizmetlerini yürütmedeki amacı ise kamu yararadır. Özel girişim, faaliyet alanını ve konusunu dilediği gibi genişletebilir, ancak idarenin bir kamu hizmetinin alanını genişletebilmesi için kanunla kendisine yetki verilmesi gerekir. Özel girişimler birbirinden habersizdir ve çıkarları çatışırken, kamu hizmetlerinin görülmesinde kamu kurumları arasında koordinasyon ve birlik hâkimdir ve idarenin bütünlüğüyle sağlanır. Özel girişim faaliyetleri özel hukuk hükümlerine bağlıyken, kamu hizmetleri kamu hukuku rejimine bağlı olarak yürütülür. Özel girişim kazanç sağlamak amacıyla, ücret alarak hizmet sunarken, kamu hizmetleri ücretsizdir (Odyakmaz vd., 2006: 415-416; Giritli vd. 2008: 958-960). Ancak, kamu hizmetlerinin ücretsizliği konusunda sınai-ticari kamu hizmetleri ve idari kamu hizmetleri ayrımı yapılmalıdır. Sınai-ticari kamu hizmetleri ücretlidir ve ücretini ödeyenler bu hizmetlerden yararlanabilirler. İdari kamu hizmetlerinden ihtiyari niteliktekiler için belli bir ücret alınabilir ve bu ücret idarenin verdiği hizmetin maliyetini geçemez. Örneğin kablolu TV hizmeti için ücret alınabilir. Mecburi nitelikli kamu hizmetleri bedava olmak zorundadır. Örneğin kolluk hizmetleri kollektif olarak yararlanan bir hizmettir ve ücretlendirilmesi mümkün değildir (Gözler ve Kaplan, 2013: 543-544).

Hizmetler kamu, özel sektör ya da sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından müşterilere veya vatandaşlara sunulmaktadır. Genellikle özel sektörün cazip bulmadığı için girmediği, devletin ise kısıtlı kaynaklar nedeniyle yetersiz kaldığı alanlardaki hizmetler STK'lar tarafından sunulmaktadır. Kamu hizmetleri ise, ya bizzat devlet tarafından ya da devletin sıkı gözetim ve denetimi altında kamu kaynakları kullanılarak vatandaşlara sunulması bakımından özel sektörün müşterilerine ve STK'ların vatandaşlara sundukları hizmetlerden ayrılmaktadır. Kamu sektöründe kamu yararı ve siyasi görüş ön plandayken, özel sektörde kar, STK sektöründe ise başarı ön plandadır (Akataş ve Harman, 2014: 86-87).

Hizmetler ister özel sektör ve kamu sektörü, isterse de STK'lar tarafından sunulsun belli bir kalitede olmalıdır. Kalite, işletme stratejisinin belki de en önemli ve karmaşık özgedir. Firmalar kalite üzerinde rekabet etmekte, müşteriler

kaliteyi aramakta ve pazarlar kalite tarafından dönüştürülmektedir. Kalite, müşterilerin tatmin edilmesini sağlayan, firmaların karlılığını artıran ve ulusların ekonomik büyümesine katkı sağlayan anahtar bir güçtür. Bu genişlik, kalite kavramının, pazarlama, yönetim, iktisat, mühendislik, işletme, strateji ve müşteri araştırmaları gibi birçok bilim dalını içermesinden kaynaklanmaktadır. İşletme alanında kalite geçmiş otuz yıl boyunca toplam kalite yönetimi, Baldrige Ödülleri ve Altı Sigma gibi programlar vasıtasıyla gelişmiştir. Bu programların tümü, özellikle işlenmiş ürünler konusunda firmaların kaliteyi yükseltmelerine yardımcı olmuştur (Golder vd., 2012: 1).

Akademik araştırmaların da kalite kavramının gelişimine katkısı olmuştur. Buna karşın, akademik literatürde kalite konusunda farklı bakış açıları mevcuttur. Mesela, iktisatçılar ve endüstriyel örgüt araştırmacılarına göre kalite, dikey ürün farklılaşması olarak ele alınırken, yönetim araştırmacıları kaliteyi kalite çemberleri ve toplam kalite yönetimi gibi örgütsel süreçler bakımından ele almaktadırlar. Mühendislik bilimlerinde kalite, tasarım özelliklerine uygunluk veya iç süreçlerin güvenilirliği anlamlarına gelmektedir. Pazarlama biliminin hizmet kalitesine ilişkin açıklamaları kalitenin, müşteri beklentileri ve tatmini şeklinde algılanmasını sağlamıştır. Yine farklı kavramlar olmasına karşın, kalite ve müşteri tatmini birbirinin yerine kullanılmaktadır. Disiplinler arasında ortak bir anlayış geliştirilemediğinden, kalite konusundaki kavramsal belirsizlik sürmektedir. Bu nedenle, kalite konusunda evrensel bir tanım yerine, farklı durumlar için farklı kalite tanımlarının daha uygun olacağı ifade edilmiştir (Golder vd., 2012: 1-2).

Ortak bir tanımı bulunmamasına karşın kalite, mevcut ve var olan karakteristiklerin şartları karşılama derecesini ifade etmektedir (wikipedia.org, 2015). Fransızca kökenli bir isim olan kalite (qualité) kavramı Türkçe nitelik kavramı ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre nitelik, “bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu başka şeylerden ayıran vasıf, özellik, keyfiyet” şeklinde tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr, 2015). Başka bir ifadeyle kalite (quality), bir şeyi benzer türdeki diğer şeylerle karşılaştırma ölçütü; bir şeyin mükemmellik derecesidir (www.oxforddictionaries.com, 2015).

Kalite, üretimdeki mükemmelliğin bir ölçütü veya ürünün herhangi bir kusurunun olmadığı, önemli bir eksiklik ve farklılık göstermediğinin ifadesidir. Müşteri veya kullanıcıların belirli bir üründen tatminini sağlayıp ürüne olan bağlılıklarını devam ettirmek için belirli standartlara katı ve tutarlı şekilde bağlı kalınması gerekmektedir. ISO 8402-1986 ölçütü kaliteyi “bir ürün ve hizmete ait özellik ve niteliklerin dayandığı tatmin etme yeteneğinin toplamı” olarak tanımlamıştır.

Buna göre, eğer bir otomobil firması ürettiği otomobillerden birisinde arıza bularak, onu geri çağırırsa, bu aracın kalitesine ilişkin güven zedeleneceğinden, müşteri güveni ve üretimde azalma meydana gelebilir (www.businessdictionary.com, 2015). Bu tanımlardan hareketle kalite kavramın üç özelliğinden söz edilebilir. İlki, ürün/hizmetlerin müşterilerin algılarına bağlı olarak tasarlanması ve bu tasarımın orijinal özellikleri en iyi biçimde karşılması, ikincisi, ürün/hizmetlerin ihtiyaç veya beklentileri tatmin etmesi, üçüncüsü ise, ürün/hizmetlerin bir organizasyon içerisinde üretilerek, ihtiyaçların uygun şekilde karşılanmasıdır (ABAHE, 2012). Dünyadaki hızlı değişim ve dönüşümlere ayak uydurabilmek için, makro ve mikro düzeydeki tüm organizasyonlar gelişim yaklaşımlarında kaliteyi hedeflemiştir. Bu süreçte, hizmetlerdeki çeşitlilik, ticari liberalleşme, sınırların kalkması ve yeni rekabet koşulları kalite olgusunun ön plana çıkmasında etkili olmuştur (İnceoğlu ve Aytuğ, 2009: 138).

Firmaların kaliteye verdikleri önem nedeniyle, hizmet kalitesi kavramı araştırmacılar ve yöneticiler tarafından son on yıllarda üzerinde çokça durulan bir konu olmuştur. Hizmetin sahip olduğu farklı nitelikler nedeniyle, hizmet kalitesini değerlendirmek ürün kalitesini değerlendirmekten daha zordur. Hizmet kalitesi esasında, müşterilerin hizmete ilişkin değerlendirmeleridir. Hizmet süresince, müşteriler kendi ölçütlerine göre her yönden hizmeti değerlendirirler ve onu kendi beklentileriyle karşılaştırırlar. Sonra, tüm değerlendirmelerinin üzerinde mantıklı bir gerekçe oluştururlar. Bu nedenle, hizmet kalitesinin kavramsal bir değerlendirmeden ziyade duygusal bir değerlendirme süreci olduğunu söylemek daha doğrudur (Lo vd, 2015: 159).

Müşteri bakış açısından hizmet kalitesinin beş ögesi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, “öz hizmet veya hizmet ürünü olup”, hizmetin içeriğini tasvir etmektedir. Bu hizmet nedir? Bu hizmet kapsamında sunulan özellikler hangileridir? Sorularına yanıt vermektedir. İkincisi, “hizmet sunumunda insan unsuru”dur. Güvenilirlik, cevap verebilirlik, empati ve sorun çözme gibi insana özgü yönleri kapsamaktadır. Üçüncüsü, “hizmet sunumunun sistemeleştirilmesi: insan dışı unsur”dur. Hizmeti kusursuz bir hale getiren süreçler, yöntemler, sistemler ve teknolojiyi kapsamaktadır. Müşteriler daima hizmet sunumu süreçlerinin mükemmel bir şekilde sistemeleştirilmiş, modern ve basit olmasından hoşlanırlar ve bunu hizmet sağlayıcılardan beklerler. Aynı zamanda, herhangi bir sorun veya kesinti durumunda hizmet sağlayıcılar tarafından istenmedik/aşırı soru sorulmadan hizmet almayı umarlar. Dördüncüsü, “hizmetin somut özellikleri: hizmet çatısı”dır. Donanım, makineler, işaretler ve çalışanların dış görünümü gibi hizmet imkânlarının durumu veya insan yapımı fiziksel çevre, popüler kullanımla hizmet çatısını ifade etmektedir. Beşincisi, “sosyal sorumluluk” ise, bir tüzel kişi olan

örgütü ahlaki davranış göstermeye teşvik eden davranışlardır. Bu tür davranışlar üstü kapalı olmakla birlikte örgütün toplum içindeki saygınlığını ve imajını yükseltmeye yönelik güçlü sinyallerdir. Aynı zamanda, müşterilerin genel hizmet kalitesi değerlendirmelerini ve örgüte bağlılıklarını olumlu yönde etkilemektedir (Sureshchandar vd. 2002: 365).

Hizmet, müşteriler ve hizmet sağlayıcılar arasında süre giden kesintisiz bir etkileşim süreci olduğundan, hizmet kalitesi, hizmet işletmeciliğinde rekabet avantajı elde etmede anahtar bir öneme sahiptir. Müşterilerin tatmin düzeyi onların hizmet kalitesi beklentilerine ve hizmet sağlayıcılara duydukları güvene bağlıdır. Firmalar, müşterilerine daha yüksek kalitede hizmet sunarak, onların firma tarafından sunulan hizmetlerin kalitesine ilişkin algılarını tazelemiş olurlar. Literatürde, hizmet kalitesi ve müşteri tatmini arasındaki anlamlı ilişkiyi ortaya koyan çok sayıda kanıt bulunmaktadır. Bu bağlamda, hizmet kalitesi ve müşteri bağlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirlenmiştir (Khan ve Fasih, 2014: 332-333).

Hizmet kalitesi tanımları müşterilerin hizmete ilişkin beklentileri ile hizmetin sunulma şekline ilişkin algıları arasındaki karşılaştırmaları etrafında dönmektedir. Lehtinen ve Lehtinen (1982)'e göre müşteri bakış açısından kalite, iki boyutlu bir kavram olup, süreç ve ürün kalitesinden oluşmaktadır. Bu yaklaşım, Grönroos (1984)'un kavramsallaştırmasıyla paralellik göstermektedir. O, ilk olarak teknik kalite (müşteriye ne verileceği) ve işlevsel kalite (bu hizmetin nasıl sunulacağı) kavramları üzerinde durmuştur. İkinci olarak, çok hassas bir konu olan ve alışveriş sırasında gerçekleşen psikolojik etkileşime değinmiştir. Psikolojik etkileşim müşteri beklentilerine dayandığından fazlasıyla öznedir ve müşterinin alışveriş sırasında aldığı işaretlerin yanı sıra tüm hizmet çevresinden de etkilenmektedir (Caruana vd. 2000: 1339-1340). Hizmetler aynı zaman ve mekânda üretilmekte, sunulmakta ve tüketilmektedir. Zaman ve mekândaki örtüşme nedeniyle, müşteriler etkinliklerin yürütülmesi sırasında hizmet sunanlarla etkileşime girerek ortak yapımçı rolü oynamaktadırlar. Bu durum, kalite sürecini ve kalite çıktılarını etkilemektedir. Bu nedenle, hizmet kalitesi algısının üretim, sunum ve tüketim süreçleri esnasında biçimlendiği ifade edilmiştir (Edvardsson, 2005: 128).

## **1.2. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi**

Hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik çalışmalar Parasuraman vd. tarafından 1985-1988 yılları arasında Servqual Ölçeği'nin geliştirilmesiyle başlamıştır. Bu ölçek, beklenti ve algılanan başarı düzeylerini farklı nitelikteki beş boyut (somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve duyarlılık) içerisinde incelemektedir.

Somut özellikler, aletler, ekipmanlar ve personelin dış görünümü gibi hizmetin fiziksel yapısını yansıtmaktadır. Güvenilirlik, çalışanların söz verilen hizmetleri güvenilir biçimde ve tam olarak yerine getirebilme becerisi anlamına gelmektedir. Heveslilik, çalışanların müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet sunma konusundaki isteklilikleridir. Güven, çalışanların bilgili ve nazik olma, gizlilik ilkelerine bağlı kalma yeteneklerini ifade etmektedir. Duyarlılık, müşteriye umursamakla ilgili olup, firmanın müşterilerine kişiselleştirilmiş hizmet sunumuyla ilgilidir. Servqual Ölçeği ve onun farklı versiyonları turizm ve konaklama endüstrilerinde, havayolları, oteller, kayak merkezleri ve restoranlar, tur paketleri, tatil yerleri ve kaplıcalarda yaygın bir şekilde kullanılmıştır (Lo vd., 2015: 160). Servqual Ölçeği hizmet kalitesinin ölçümünde halen yaygın olarak kullanılmaktadır. Birçok kişisel araştırmada Servqual yapısal olarak test edilmiştir. Ayrıca, yayımlanmış çalışmalarda Servqual boyutları tartışılmış ve Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği sınanmıştır. Bunlara ek olarak, Servqual Ölçeğine yönelik süregelen eleştiriler uygun şekilde giderilmiştir (Khan ve Fasih, 2014: 333).

Servqual Ölçeği özel sektörün yanı sıra kamu sektöründe de hizmet kalitesinin ölçülmesine uygun görünmektedir. Bu ölçek sayesinde, yöneticiler ve karar vericiler yalnızca müşterilerin mevcut hizmet sunumu algıları konusunda değil, aynı zamanda beklentileri ve ihtiyaçları hakkında da bilgi sahibi olmaktadır. Bununla birlikte Servqual Ölçeğinin kamu hizmetlerinin değerlendirilmesinde kullanılabilmesi için daha başka uygulamalarla geçerlilik ve güvenilirliğinin sınanması gerekmektedir. Özellikle, farklı kamu hizmetlerine ve belirli bir hizmeti alan değişik müşteri grupları arasında ölçeğin denenmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Misniewski ve Donnelly, 1996: 363-364). Servqual Ölçeği 1990'lardan itibaren dünyanın çeşitli yerlerinde kamu ve özel sektör kuruluşlarında gerçekleştirilen araştırmalarla sınanmış, geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu anlaşılmıştır.

Tüketici memnuniyetsizliği ile hizmetler arasındaki ilişkileri anlamak için hizmet kalitesi ve tatmine ilişkin çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bazı araştırmacılar hizmet kalitesi, müşteri tatmini, algılanan değer ve tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkileri doğrudan ve dolaylı olarak incelemişlerdir. Mesela, Woodruff (1997) hizmet kalitesinin müşteri tatmini, algılanan değer ve tekrar satın alma niyetindeki temel öncül olduğunu belirlemiştir. Chang ve Wildt (1994) de algılanan kalitenin algılanan değer üzerinde güçlü ve pozitif bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir (Yu vd., 2014: 758-759).

Dean (2002: 415), algılanan hizmet kalitesini, bir varlık hakkındaki mükemmellik veya üstünlük...o varlığa karşı geliştirilen tavır...ve performans algısıyla



beklentiler arasındaki mukayeseden kaynaklanan müşteri yargısı şeklinde tanımlamıştır. Buna göre, hizmet kalitesi örgüt ile müşterilerini birbiriyle bütünleştiren bir rol oynamaktadır. Bütünleştirici rolünden dolayı, hizmet kalitesi iç örgütsel politikaların ve uygulamalarının çıktısı olmasının yanı sıra müşteri değeri, tatmini ve bağlılığına ilişkin hizmet sırasına da temel oluşturmaktadır

Rahman vd. (2007: 37), Servqual Ölçeğini kullanarak Elazığ il merkezindeki dört hastanenin algılanan hizmet kalitesi düzeyini ölçmüşler ve bunları birbirleriyle karşılaştırmışlardır. Sonuçta, hastanelerin hasta beklentilerini karşılamadığını, hastaneler arasında boyutlar bazında anlamlı farklar olduğunu tespit etmişlerdir. Eleren vd. (2007: 75, 87), hizmet sektöründe hizmet kalitesini Servqual Ölçeği ile ölçmek için bir hazır yemek işletmesinde araştırma yapmışlardır. Bu yemek işletmesi, 90 farklı işletmede çalışan 3200 kişiye yemek hizmeti vermekte olup bunların 900'üne anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, işletmenin müşteri beklentilerini yeterli düzeyde karşılayamadığı belirlenmiştir. Fiziksel özelliklerden ziyade hizmet kalitesindeki sorunların, hizmet veren personel üzerinde yoğunlaştığı anlaşılmıştır. İşletme personelinin nicel ve nitel yönlerden tekrar gözden geçirerek, sürekli eğitime dayalı iş geliştirme programlarının uygulanması ve hizmet kalitesi ölçümünün aralıklarla tekrarlanarak hizmet kalitesindeki gelişimin gözlemlenmesi önerilmiştir.

Yılmaz vd. (2007: 234), Eskişehir örneğinde devlet ve özel sektör bankalarındaki hizmet kalitesini karşılaştırmışlardır. Araştırma, banka müşterilerinin mükemmel bankalardan bekledikleri hizmet ile müşterisi oldukları bankalardan algıladıkları hizmetler arasındaki farkların ortaya konması amacıyla tasarlanmıştır. Sonuçta, özel sektör ve devlet bankalarının müşteri beklentilerini karşılamadığı, bankalardan algılanan ve beklenen hizmet kaliteleri arasındaki en büyük açığın hem özel hem de devlet bankaları için heveslilik hizmet boyutunda olduğunu belirlemişlerdir. Filiz vd. (2010: 59), Eskişehir il merkezinde yaşayan vatandaşların, belediyelerin sunduğu hizmetlere ilişkin beklenen hizmet ve algılanan performans arasındaki farkı Servqual Ölçeğiyle değerlendirmişlerdir. Sonuçta, Büyükşehir Belediyesini değerlendiren kişilerin algılanan hizmet kalitesi skorlarının daha yüksek olduğunu görmüşlerdir. Yine, Eskişehirli vatandaşların kalite boyutları arasında en fazla önemi sorumluluk boyutuna verdiklerini anlamışlardır. Merkezdeki üç belediyenin algılanan hizmet kalitesi skorları karşılaştırıldığında Büyükşehir Belediyesi için “kültür”, Odunpazarı ve Tepebaşı belediyeleri için “temizlik” boyutunda skorların en yüksek düzeyde çıktığı belirlenmiştir.

Güzin ve Kotan (2013), tüketicilerin algıladıkları hizmet kalitesiyle olmasını istedikleri hizmet kalitesinin karşılaştırılmasıyla, kütüphanelerde hizmet kalitesini ölçmek amacıyla, anket yöntemiyle Atatürk Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nde bir araştırma yapmışlardır. Hizmet kalitesinin ölçümünde Servqual Ölçeğinden yararlanmışlardır. Sonuçta, Atatürk Üniversitesi Kütüphanesi kullanıcılarının hizmet kalitesinden memnun olmadığını, kütüphanenin kullanıcı odaklı hizmet sağlamadığını ve kullanıcıların hizmet kalitesi beklentileri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında olumsuz bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Özetle, bir hizmetin kalitesini ölçmek bir malın kalitesini ölçmekten daha zordur. Bir malı satın alan müşteri onu kullandıkça kalitesine ilişkin bir fikir sahibi olabilir. Ancak, hizmet satın alan müşterinin soyut bir varlığı değerlendirmesi zordur. Müşteriler, alışveriş süresince hizmeti sunan firmanın tavırlarına, reklamlarına, müşteri temsilcisinin ilgi ve alakasına, bir sorun yaşandığında bu sorunun kısa sürede çözülüp çözülmediğine bakarak hizmetleri değerlendirirler. Firmanın hizmet sunumundan memnun kalırlarsa hizmet almaya devam ederler kalmazlarsa başka bir firmadan hizmet satın alırlar. Kamu hizmetleri ise, kamu yararı gözetilerek, kamu kurum ve kuruluşları tarafından ya da onların gözetim ve denetimi altında firmalar tarafından vatandaşlara sunulmaktadır. Kamu hizmeti sunumunda firmaların yerini kamu kurum ve kuruluşları, müşterinin yerini ise vatandaş almaktadır. Hangi hizmetlerin kamu hizmeti olarak sunulacağına siyasi iktidar karar vermekte, hizmetten yararlanan vatandaşlar bu hizmetten memnun kaldığı sürece iktidara destek vermektedir. Dolayısıyla, hizmet sunan firmaların devamlılığı için müşteri tatmini ne kadar önemliyse, kamu hizmeti sunan siyasi iktidarların devamlılığı için de vatandaşların tatmin edilmesi önemlidir. Bu nedenle, kamu kurum ve kuruluşlarının da firmalar gibi verdikleri hizmetin kalitesini ölçmek için aralıklarla memnuniyet anketleri yapmaktadırlar.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1. Araştırma Deseni**

Bu araştırma tarama çalışması şeklinde planlanmıştır. Tarama çalışması çok sayıdaki katılımcının görüşlerinin ya da özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı araştırmalardır (content.lms.sabis.sakarya.edu.tr, 2016). Tarama araştırmaları doğası gereği istatistiksel bilgiler üretir. Taramada çok sayıdaki kişiye inançları, görüşleri, özellikleri ve geçmişteki ya da şimdiki davranışları hakkında sorular sorulmaktadır. Taramada tek seferde çok şey hakkında sorular sorulmakta, değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmekte ve hipotezler test edilmektedir (Neuman, 2006: 395). Araştırmada, Servqual Ölçeği vasıtasıyla katılımcıların

KHGB'nin hizmet kalitesine ilişkin algıları ve beklentilerinin ölçülmesi amacıyla bu desen tercih edilmiştir.

## 2.2. Araştırma Amacı ve Problemi

Araştırmanın amacı, KHGB'lerde hizmet kalitesinin ölçülmesidir. 2005 tarih ve 5355 sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu'nda KHGB'ler "ilçelerde yol, su, kanalizasyon vb. altyapı tesisleriyle köylere ait diğer hizmetlerin yürütülmesine yardımcı olmak, bunları bizzat yapmak, yaptırmak ve kırsal kalkınmayı sağlamak üzere, tüm köylerin iştirakiyle kurulan" mahalli idare birimleri olarak tanımlanmıştır. KHGB'lerin organları başkan, encümen ve meclistir. Birlik başkanı ilçelerde kaymakamdır. Birlik meclisi birliğe üye köylerin muhtarları ve o ilçeden seçilen il genel meclisi üyelerinden oluşmaktadır. Birlik encümeni ise, birlik başkanının başkanlığında, meclisin kendi üyeleri arasından seçeceği iki il genel meclisi üyesi ve iki köy muhtarı olmak üzere beş kişiden oluşmaktadır (5355/18 md. Bkz. RG: 11/06/2005-25842). Araştırmada, KHGB meclis üyelerine yönelik anket çalışması yapılmış ve meclis üyelerinin hizmet beklentileri ile hizmet algılamaları arasında fark olup olmadığı sorusuna yanıt aranmıştır.

## 2.3. Örneklem

Araştırmanın ana kütlesini Çanakkale İli KHGB'lerinin meclis üyeleri ve il genel meclisi üyeleri oluşturmaktadır. Çanakkale İlinde merkez ilçeyle birlikte Ayvacık, Bayramiç, Biga, Bozcaada, Çan, Eceabat, Ezine, Gelibolu, Gökçeada, Lapseki ve Yenice dâhil toplam 12 ilçe bulunmaktadır. Bozcaada İlçesinde köy olmadığından KHGB de bulunmamaktadır (www.canakkale.gov.tr, 2016). Araştırmada, iradi örnekleme yoluyla Bayramiç İlçesi KHGB örneklem olarak belirlenmiştir. İradi örnekleme tekniğinde, örnekleme oluşturan elemanlar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı ya da en rahat ulaşabileceği kişilerden oluşur. Yani deneklerin belirlenmesindeki ölçüt araştırmacının öznel yargısıdır. Bu tip örneklemede genelleme problemi olmakla birlikte, tesadüfî araştırmada ulaşılması zor bilgilere ulaşılabilir (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 184). Bayramiç KHGB meclisinin araştırma birimi olarak belirlenmesinin nedeni ise, birlik meclislerine ilçedeki il genel meclisi üyeleri ve tüm köy muhtarlarının üye olması, köy muhtarlarının aynı zamanda KHGB'den hizmet alan kişiler/müşteri olmasıdır. Bununla birlikte Bayramiç İlçesi Çanakkale'nin on iki ilçesi arasında en çok köyü bulunan ikinci ilçesi olup yüzölçümü bakımından da üçüncü sıradadır. Dolayısıyla, Bayramiç KHGB hizmet sunmak durumunda olduğu geniş kırsal alana sahiptir ve Çanakkale'nin diğer ilçelerindeki KHGB'lere göre oldukça

aktiftir. Bu özellikler Bayramiç KHGB'nin örneklem olarak belirlenmesinde etkili olmuştur. Bu kapsamda 2 Ocak, 28 Şubat 2015 tarihleri arasında Bayramiç KHGB meclis üyesi 75 köy muhtarı ve 4 il genel meclisi üyesiyle yüz yüze görüşülerek araştırma gerçekleştirilmiştir.

#### 2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verileri anket yöntemiyle toplanmıştır. Bunun için müşteri memnuniyetinin belirlenmesinde en iyi sonuçları veren ve hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilen Sevqual Ölçeğinden yararlanılmıştır. Sevqual Ölçeği güvenilirlik, somut özellikler, heveslilik, güven ve duyarlılık boyutlarından oluşmaktadır. Bu ölçekte, müşterilerin hizmeti aldıktan sonraki beklentileri ile algıladıkları hizmet kıyaslanmaktadır. Beklenen kalitenin algılanan kaliteden büyük olması durumunda düşük kalite, beklenen kalitenin algılanan kaliteden küçük olması durumunda yüksek kalite, beklenen kalitenin algılanan kaliteye eşit olması durumunda da doğru kalite söz konusudur. Yüksek kalite istenen bir durum olmakla birlikte müşteri beklentilerini artırdığından, müşteri sonraki gelişinde daha yüksek kalite isteyecektir. Doğru kalite ise, müşteri beklentilerinin tam olarak karşılandığını göstermektedir. Düşük kalite ise, beklentileri karşılamadığından memnuniyetsizlik yaratmaktadır (Yılmaz vd. 2007: 236-237).

Araştırma verilerinin analizinde SPSS 16 (Statistical Package for the Social Sciences) programından yararlanılmıştır. Analizde önce, her boyuta ilişkin güvenilirlik analizi yapılmış, sonra ağırlıklandırılmamış Sevqual puanları hesaplanmıştır. Son olarak, KHGB meclis üyelerinin hizmet algılamaları ile beklentileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını araştırmak için "t testi" yapılmıştır. Elde edilen bulgular araştırmacılar tarafından yorumlanarak anlamlı bilgiler haline getirilmiştir.

### 3. BULGULAR

Araştırmada örneklem sayısı yeterli olmadığından (75 kişi) geçerlilik analizi yapılmamıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçekte yer alan her bir boyuta ilişkin Cronbach's Alpha-güvenilirlik değerleri şunlardır:

Boyutlar	Algılanan	Beklenen
Somut özellikler	0,793	0,910
Güvenilirlik	0,884	0,944
Heveslilik	0,801	0,870
Güven	0,762	0,910
Duyarlılık	0,904	0,456

Tablo 1’de algı ve beklenti ölçeklerindeki somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve duyarlılık boyutlarında güvenilirlik katsayılarının 0 ila 1 arasında değerler aldıkları görülmektedir. Cronbach’s Alpha değerinin 0,70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Durmuş vd. 2013: 89). Alpha katsayısının 1’e yakın değerler alması ölçeğin güvenilirliğini artırmaktadır. Bu nedenle, ölçeğin genel olarak güvenilir olduğu söylenebilir.

Servqual mantığında hizmet kalitesinin değerlendirilmesi müşterilerin algı-beklenti ifade çiftlerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır (Veysel vd. 2007: 236). Bayramiç KHGB meclis üyelerinin Birliğe ilişkin algıladıkları ve beledikleri hizmet kalitesine ilişkin farklar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Boyutlar	Algılanan	Beklenen	Fark
Somut özellikler	2,94	4,38	-1,44
Güvenilirlik	3,45	4,45	-1,01
Heveslilik	3,38	4,33	-0,95
Güven	3,69	4,42	-0,73
Duyarlılık	3,48	4,51	-1,03

Tablo 2’de görüldüğü üzere Bayramiç İlçesi KHGB’nin hizmetlerine ilişkin köy muhtarlarının beklentileri ile algılamaları arasında somut özellikler -1,44, güvenilirlik -1,01, heveslilik -0,95, güven -0,73 ve duyarlılık -1,03 boyutlarında büyük olmamakla birlikte farklılıklar görülmektedir. Farkların negatif değerler alması köy muhtarlarının algıladıkları hizmet kalitesinin beklentilerinin altında yer aldığı anlamına gelmektedir. Somut özellikler boyutundaki fark (-1,44) diğer hizmet boyutlarından daha yüksek düzeydedir. Bu durum, meclis üyelerinin Bayramiç İlçesi KHGB’nin araç-gereçleri, tesislerinin görünümü, çalışanlarının giyimi ve kuşamı, hizmet araçlarının modernliği ve kullanılabilirliği konularında memnuniyetsizliklerinin daha fazla olduğunu ifade etmektedir. Beklenti ile algı arasındaki farkın en düşük olduğu boyut ise (-0,73) ile güven boyutudur. Buna göre, meclis üyelerinin Bayramiç KHGB çalışanlarının söz verilen hizmetleri güvenilir biçimde ve tam olarak yerine getirebilme becerisi konusundaki memnuniyetsizliklerinin daha az olduğu söylenebilir.

Algı ve beklenti ifadeleri arasındaki farkların kıyaslanmasının hizmet kalitesinin ölçülmesinde yeterli olmayacağından hareketle meclis üyelerinin hizmet algılamaları ile hizmet beklentileri arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını araştırmak için bağımlı gruplar *t* testi yapılmıştır.

H<sub>0</sub>: Meclis üyelerinin hizmet algılamalarıyla beklentileri arasında fark yoktur.

H<sub>1</sub>: Meclis üyelerinin hizmet algılamalarıyla beklentileri arasında fark vardır.

Boyutlar	t değeri	Anlamlılık (p)
Somut özellikler	10,26	,000
Güvenilirlik	8,125	,000
Heveslilik	7,564	,000
Güven	6,123	,000
Duyarlılık	6,964	,000

Tablo 3'e göre, somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve duyarlılık boyutlarında köy muhtarlarının hizmet algılamaları ile hizmet beklentileri arasındaki fark ( $p < 0,05$  olduğu için) anlamlı bulunmuştur. En büyük  $t$  değerleri sırasıyla somut özellikler (10,26) ve güvenilirlik (8,125) boyutlarına ilişkindir. Bu durum söz konusu hizmet boyutlarında algı ve beklenti arasındaki farkların diğer hizmet boyutlarındaki farklardan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

#### 4. TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bulgular değerlendirildiğinde, genel olarak, Bayramiç KHGB meclis üyelerinin Birlik tarafından sunulan hizmetlerin hepsinde beklentilerinin altında hizmet aldıkları algısına sahip oldukları anlaşılmıştır. Dolayısıyla, “meclis üyelerinin hizmet algılamalarıyla beklentileri arasında fark vardır” şeklindeki araştırma hipotezi doğrulanmıştır. Bu durum, KHGB’lerin vatandaş memnuniyetini aralıklarla ölçerek memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı hizmet boyutlarında iyileştirilmeler yapılmasını gerektirmektedir. Nitekim bu araştırma sonrası Bayramiç KHGB makine araç gereç parkında yenilemeye giderek 2 Kamyon, 1 greyder, 1 Kepçe ile somut özelliklerini geliştirmeye çalışmıştır.

Araştırma kısıtları bakımından değerlendirildiğinde, ilk olarak ölçeğin geçerliliği konusunda sorun yaşandığı anlaşılmıştır. Servqual Ölçeği somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve duyarlılık boyutlarından oluşmaktadır. Faktör analizi sonucunda, Bayramiç KHGB örneğinde boyut sayısının ikiye düştüğü görülmüştür. Bu durum, ölçeğin orijinalindeki boyutların Bayramiç KHGB örneğinde geçerli olmadığını ortaya koymuştur. Ölçekteki soruların çoğunluğu köy muhtarlarından oluşan KHGB meclis üyelerinin anlayabileceği şekilde tekrar düzenlenmesine karşın geçerlilik sağlanamamıştır. Dolayısıyla, mülki idare amirleri ve muhtarlarla görüşülerek Servqual Ölçeği’nin KHGB’lerdeki hizmet kalitesini ölçecek şekilde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Misniewski ve Donnelly (1996: 363-364)’in de belirttiği gibi Serqual Ölçeğinin kamu

hizmetlerinin değerlendirilmesinde kullanılabilmesi için daha başka uygulamalarla geçerlilik ve güvenilirliğinin sınanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırmanın literatür özeti kısmında Türkiye'deki kamu-özel sektör kuruluşlarında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarında da algılanan hizmet kalitesinin sürekli beklenenden düşük çıkması, ölçeğin geçerliliği konusunun tekrar değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmadaki ikinci kısıt ise, örneklem büyüklüğüyle ilgilidir. Çanakkale ilinde merkez ilçeyle birlikte 12 ilçe ve 574 köy bulunmasına karşın zaman ve maddi kısıtlar nedeniyle araştırma Bayramiç İlçesi'ndeki 75 köy muhtarı ve 4 il genel meclisi üyesi ile sınırlandırılmıştır. Örneklem hacminin darlığı araştırma sonuçlarının Çanakkale ili ya da Türkiye'deki KHGB'ler için bir genelleme yapılmasını olanaksız kılmıştır. Bu nedenle, örneklem sayısının Çanakkale İlindeki tüm ilçe ve köyleri kapsayacak şekilde artırılarak tekrarlanması sonuçların genellenebilirliği bakımından gereklidir.

Sonuç olarak, kamu hizmetlerinin kalitesinin ölçülmesi, özel hizmetlerin kalitesinin ölçülmesinden daha karmaşık ve zor bir işlemdir. Müşterinin bir hizmeti değerlendirmesinde onun fiyatı, çalışanların ilgi ve alakası, sorunlarının hızlı çözülmesi gibi kriterler öne çıkarken; vatandaşın bir kamu hizmetini değerlendirmesinde siyasi-dini-ahlaki görüşü, ülkenin mevcut durumu, yaşadığı sıkıntılar vs. daha ön plana çıkabilmektedir. Dolayısıyla, hizmet mevcut imkânlar dâhilinde en iyi şekilde verilmeye çalışılsa dahi sosyo-psikolojik nedenlerle vatandaşın beklentisini karşılamamaktadır. Bununla birlikte, özel sektörde olduğu gibi kamu sektöründe de hizmet kalitesini ölçmeye yönelik ölçekler geliştirilerek, hizmet kalitesinin düzenli aralıklarla ölçülüp geliştirilmesi vatandaşların daha iyi hizmet alabilmeleri bakımından önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

ABAHE Arab British Academy for Higher Education (2012). *Quality Management Systems* TLFeBOOK, Chapter 14, <http://www.abahe.co.uk/business-administration/Quality-Management-Systems.pdf>, İndirme Tarihi: 11.04.2016.

Akatay, Ayten & Serhat Harman, Sivil Toplum Kuruluşları Yönetim, Yönetişim ve Gönüllülük. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 3. Baskı, 2014.

Carauna, Albert vd. "Service Quality And Satisfaction-The Moderating Role Of Value", European Journal of Marketing, 34: 11/12, 2000, 1338-1352.

Dean, M. Alison. "Service Quality in Call Centers: Implications for Customer Loyalty", Managing Service Quality, 12: 6, 2002, 414-423.

Devebakan, Nevzat & Mehmet Aksaraylı. “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5: 1, 2003, 38-54.

Durmuş, Beril vd., Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi. İstanbul: Beta Basım A.Ş., 5. Basım, 2013.

Edvardsson, Bo. “Guru’s View Service Quality: Beyond Cognitive Assessment”, Managing Service Quality, 15: 2, 2005, 127-131.

Eleren, Ali vd. “Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama”, Finans Politik&Ekonomik Yorumlar, 44: 514, 2007, 75-88.

Filiz, Zeynep vd. “Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10: 3, 2010, 59-76.

Giritli, İsmet vd., İdare Hukuku, İstanbul: Der Yayınları, 3. Basım, 2008.

Golder, N. Peter vd. “What is Quality? An Integrative Framework of Processes and States”, Journal of Marketing, 76, 2012, 1-23.

Gözler, Kemal & Kaplan, Gürsel, İdare Hukuku Dersleri. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 13. Baskı, 2013.

Grönroos, Christian. “Adopting a Service Logic for Marketing”, Marketing Theory, 6: 3, 2006, 317-333.

Güzel, Dilşad & Kotan, Güzin. “Kütüphanelerde Hizmet Kalitesi Ölçümü Atatürk Üniversitesi Kütüphanesinde Bir Uygulama”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3: 2, 2013, 11-24.

İnceoğlu, Mehmet & Ayfer Aytuğ. “Kentsel Mekânda Kalite Kavramı”, Megaron, 4: 3, 2009 131-146.

Jones, L. Jeri & Shandiz, Mahmood. “Service Quality Expectations: Exploring the Importance of SERVQUAL Dimensions from Different Nonprofit Constituent Groups”, Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 27, 2015 48–69.

Khan, Mubbsher M. “Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking Sector”, Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 8: 2, 2014, 331-354.



Lo, Ada vd. “*The Impact of Service Quality on Positive Consumption Emotions in Resort and Hotel Spa Experiences*”, Journal of Hospitality Marketing & Management, 24, 2015, 155–179.

Misniewski, Mik & Donnelly, Mike. “*Measuring Service Quality in The Public Sector: The Potential for Servqual*”, Total Quality Management, 7: 4, 1996, 357-365.

Neuman, W. Lawrence, Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar. Ankara: Yayınodası Yayıncılık Hizm. San. Tic. Ltd, 2. Cilt, 6. Basım, 2006.

Odyakmaz, Zehra vd., Anayasa Hukuku İdare Hukuku. İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti, 2006.

Özgüven, Nihan. “*Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerine Bir Uygulama*”, Ege Akademik Bakış, 8: 2, 2008, 651-682.

Rahman, Süheyla vd. “*Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi: Elazığ'daki Devlet Hastaneleri Üzerinde Bir Çalışma*”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9: 3, 2007, 37-55.

Saruhan, C. Şadi & Özdemirci, Ata, Bilim, Felsefe ve Metodoloji. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 3. Baskı, 2013.

Savaş, Halil & Ayşe Güldüren Kesmez. “*Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi: Aile Sağlığı ve Merkezleri Üzerine Bir Araştırma*”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, 2014, 1-13.

Sureshchandar, G.S. vd. “*The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction-A Factor Specific Approach*”, Journal Of Service Marketing, 16: 4, 2002, 363-379.

Yılmaz, Veysel vd. “*Devlet ve Özel Sektör Bankalarındaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği*”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 8: 2, 2007, 234-248.

Yu, S. Hyun vd. “*Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, And Behavioral Intention Among Fitness Center Members Aged 60 Years And Over*”, Social Behaviour And Personality, 42: 5, 2014, 757-768.

5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu, RG: 11/06/2005-25842.

<http://www.businessdictionary.com/definition/quality.html>, (İndirme Tarihi: 19.03.2015).

<http://www.canakkale.gov.tr/tr/canakkale-rehberi/canakkale/idari-yapisi>, (İndirme Tarihi: 24.02.2016).

[http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/52060/29884/6nicel\\_ara%C5%9Ft%C4%B1rma\\_desenleri.ppt](http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/52060/29884/6nicel_ara%C5%9Ft%C4%B1rma_desenleri.ppt), (İndirme Tarihi:15.02.2016).

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/quality>, (İndirme Tarihi: 19.03.2015).

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.550a7e08a22a74.92436408](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.550a7e08a22a74.92436408), (İndirme Tarihi: 19.03.2015).

[http://tr.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9000#ISO\\_9001\\_Kalite\\_Terimleri](http://tr.wikipedia.org/wiki/ISO_9000#ISO_9001_Kalite_Terimleri), (İndirme Tarihi: 19.03.2015).