

POLİSİN SUNDUĞU HİZMETLERİN VATANDAŞTAKİ ALGISININ ÖLÇÜLMESİ

Hanifi SEVER¹

ÖZET

Şiddetli rekabet altında olan organizasyonlar, değişen ve gelişen koşullar karşısında varlıklarını sürdürebilmek için hem üretim süreçlerinde hem de satış sonrası faaliyetlerinde değişime yönelmektedir. Hizmet sektörü bu değişim süreci içerisinde gelişme ve büyüme eğilimindedir.

Bu çalışma ile, güvenlik hizmetlerindeki algılanan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetini derinlemesine anlamada yararlı olacağı düşünülerek, polis hizmetlerinin kalitesine ilişkin müşteri algılarının, müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Polise karşı tutumlar, vatandaş memnuniyeti, polis performansı.

THE MEASUREMENT OF CITIZEN PERCEPTIONS OF POLICE SERVICES

ABSTRACT

Organizations, operating under severe competition, search for new practices both production process and after-sales services to adapt to spinning and evolving conditions. These changes also affect the service industry, which experiences a developing and increasing trend.

In this study, in order to understand thoroughly the relation between perceived service quality in security services and customer satisfaction; the effects of service quality perceptions of security services on customer satisfaction are examined.

Keywords: attitudes towards police, citizen satisfaction, police performance.

¹ Başkomiser, M.A., BSc., Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü PhdC., hanifisever@yahoo.com

Giriş

Dünyada yaşanan güncel gelişmeler, bilginin hareketliliği, hızla artan rekabet ortamı, marka yaratma ve yenilikçilik gibi hususlar örgütlerin yaşamlarını zorlaştırmaktadır. Şiddetli rekabet ortamı içerisindeki organizasyonlar, hedeflerini gerçekleştirebilmek için bugün yalnızca ürün üretmekle kalmıyor, satılan üründen sonra destek hizmetleriyle de tüketicinin güvenini kazanmaya çalışmaktadırlar.

Hizmet; kişi ve makinelerin, tüketicilerine doğrudan fayda sağlayan fiziksel varlığı olmayan ürünlerdir (Üzerem, 1997:34). Bu nedenle, hizmet sektöründeki kalite ve tüketicilere kendilerini önemli hissettiren uygulamaların önemli olduğu belirtilmelidir.

İş sektöründe artan rekabet koşulları altında hayatta kalmayı, hatta rakiplerini oyunun dışına itmeyi hedefleyen rekabetçi işletmeler, müşterileri ile daha yakından ve uzun süreli ilişkiler kurmak zorundadır.

Hizmetle ilgili yapılan kapsamlı çalışmalarda (Palmer, 2004; Zeithaml, vd., 2005; Grönroos, 2007; Lovelock ve Wirtz, 2007); müşterinin rolü; yenilik, mühendislik ve etkin hizmet üretimi için dinamiklik (Gummesson, 2007) olarak ifade edilmektedir. Müşteri, almış olduğu hizmetle ilgili olarak geri bildirim, hizmetlere yönelik mühendislik uygulama gibi yöntemlerle işletmeye dinamiklik sağlar.

Hizmet işletmeleri, performanslarını ve karlarını arttırmak için müşterilerin kendilerini işletmenin bir parçası gibi görmelerini, işletme ürünleri ile ilgili gönüllü davranış sergilemelerini sağlayabileceği ve müşterilerle uzun ve güçlü bir ilişkinin temelini oluşturabilecek bir hareket tarzı izlemelidir. Kendisini işletmenin bir parçası olarak gören müşteriler rol dışı davranışlar gösterebilirler (Devrani ve Tüzün, 2008: 194). Rol dışı davranış, müşterinin kulaktan kulağa iletişim, ürün geliştirme için fikir verme, geri bildirimler sunma, başkasını işletmenin müşterisi olması yönünde girişimde bulunma ve teşvik etme (Bettencourt, 1997; Groth, 2005; Gruen vd., 2002) gibi durumlarla tanımlanabilir. Böylece, tüketicinin işletmeye yaklaşımında örgütsel vatandaşlık kurma (Bateman ve Organ, 1983; Moideenkutty, 2005; Moorman ve Blakely, 1995) ve kendisini işletmeyle özdeşleştirme (Bergami ve Bagozzi, 2000; Dutton vd., 1994) sağlanabilir. İşletmeyle özdeşleşme, "sosyal kimlik teorisi"nden hareket edilerek oluşturulmuştur (Brewer 1991; Tajfel ve Turner, 1985). Buna göre, müşterilerin işletmeye karşı duydukları yakınlık, sempati ve algılanan kimliğin benlik tanımlamasıyla olan uyumunun derecesi belirlenir (Einwiller vd, 2006:186).

Ürünler için tüketicinin davranışları somut bir şekilde gözlemlenebilmekteyken, hizmetler açısından aynı şeyi söylemek mümkün olamamaktadır. Bu nedenle hizmetler açısından tüketicilerin davranışlarının değişken olduğu ve davranışlarla ilgili tahminlerde bulunulamayacağı belirtilmektedir (Chervonnaya, 2003). Bu nedenle Matting vd., (2004), tüketicilerin hizmet beklentilerinin karşılanabilmesi için yaratıcı fikirlerin sunulması gerektiğini savunmuştur.

Son zamanlarda hizmet sektörüne verilen önem artmıştır, çünkü tüketiciler sadece almış oldukları ürünü değil, sonrasında verilecek olan hizmetleri de sorgular hale gelmiştir. Örneğin, tüketici satın alacağı bir otomobilin teknik, güvenlik ve fiyat gibi özellikleri yanında firmanın servis, yedek parça ve kalitesini de incelemektedir. Bunun en güzel örneği bugün internet ortamında oluşturulan tartışma forumlarında binlerce tüketicinin alacağı ürünlerle ilgili yetkili servis, yedek parça ve hizmet kalitesi ile ilgili yorumlar yapmasıdır.

Hizmetlerin kalitesi, her müşterinin kaliteye bakışına bağlıdır (Erol ve Aksu, 2011). Hizmet sektörünün esas olarak insan gücünden ve fikirlerinden yararlanılmak suretiyle sağlanması nedeniyle, hizmetlerin kalitesini standartlaştırmak zordur. Yani, somut bir ürün için seri üretim yapılabilirken, bir hizmet için aynı standartların bire bir oluşturulması mümkün değildir.

Hizmetin sağlanmasının yanında, bu hizmetin nasıl sunulduğu da önemlidir. Hizmet üretimindeki hatalar ya da hizmetin tam ama hoşnutsuzluk yaratmayacak şekilde sunulması nedeniyle müşterilerin işletmeyi "kalitesiz" olarak nitelendirmesi ve bu işletmeden uzaklaşması sonucu mali kayıp artabilmektedir. Örneğin bir otel işletmesi, bir önceki sezon hizmet kalitesindeki hataların cezasını bir sonraki yıl odalarının boş kalmasıyla ödeyebilir.

Kamu Kuruluşlarında Hizmet Sunumu

Kamu sektöründeki hizmetler vatandaşlara sunulmaktadır. Pek çok araştırmacı kamu hizmetlerinin sunulmasıyla ilgili çalışma yapmıştır (Wisniewski and Donnelly, 1996; Rowley, 1998; Wisniewski, 2001; Brysland and Curry, 2001). Her ne kadar kamu hizmetleri tek olarak sunuluyor gibi algılsa da, aslında çok çeşitlidir. Kamu hizmetleri taşımacılık, eğitim, adalet ve güvenlik gibi çok geniş bir perspektifte sunulmaktadır (Angus, 2003).

Bir hizmetin kamu hizmeti sayılabilmesi için en az iki koşulun gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunlardan ilki, hizmetin kamuya yöneltilmiş ve kamuya yararlı olması; diğer ise hizmetin kamu kuruluşlarınca ya da ilgili kamu kuruluşunun sıkı gözetimi ve denetimi altında özel hukuk kişilerince yürütülmesidir (Erol ve Aksu, 2011: 38).

Günümüzde, kamu kuruluşları sağlamış oldukları hizmetin kalitesini arttırmak için büyük bir baskı altındadırlar (Randall ve Senior, 1994; Robinson, 2003). Tüketicinin istekleri kamu hizmetinin çeşidine göre farklılık gösterse bile, ortak olarak kamudaki en büyük sorun hizmetlerin sunulma hızıdır (Ramseook-Munhurrin vd., 2010: 37).

Hizmetin sağlanması, insan ilişkileri ile ilgilidir (Suprenant ve Solomon, 1987). Bu ilişkinin içerisinde, tüketici ve organizasyonun olduğu düşünülse bile, aslında, tüketici ve organizasyonda çalışan bireylerin yakın ilişkilerinin varlığından söz edilebilir. Benzer şekilde, Czepiel (1990), hizmet sağlayıcılar ile hizmeti alanlar için hizmet kalitesinin oldukça önemli olduğunu ifade etmiştir.

Bir özel sektörde yaşanan hizmet sunumundaki müşteri memnuniyetsizliği neticesinde, tüketici bir arayış içerisine girerek aynı hizmeti sunan diğer işletmelere sempati duyabilir. Ancak bu durum kamuda farklıdır. Kamu hizmetlerinin çoğunluğu devlet eliyle sunulduğu ve vatandaşlarının da bu hizmeti alabileceği başka bir alternatif olmadığı için hizmet kalitesindeki tüketici memnuniyetsizliği devlete olan güven ve saygınlığın azalması olarak karşımıza çıkabilir.

Örneğin, uçakla seyahat edecek olan bir vatandaş, o havayollarının hizmetlerinin sunumundan ve kalitesinden memnun kalmazsa, bundan sonraki seyahatlerinde o firmayı yeniden tercih etmeyebilir. Ancak, bir suçun mağduru olan vatandaşın, mağduriyetinin giderilmesi için mahkemeler dışında başvurabileceği bir yol bulunmamaktadır. Bu nedenle, örnekte de bahsedildiği gibi adliye hizmetlerinin sunulmasında yaşanan problemler, vatandaşın devlete olan güvenini zedeleyebilmektedir.

Kamu sektöründe değer yaratma özel sektöre göre daha zordur. Kamu hizmetlerinde bir performans geliştirme stratejisinin uygulanması sadece bir sektörü tatmin ederken, diğer sektörde memnuniyetsizlik yaratabilmektedir. Özel sektörün aksine, kamuda tüketiciler için değer yaratan hususlar yerine iç mekanizmadaki işlemlerin işleyişine odaklanılmaktadır (Kelly, 2005: 77). Yapılan çalışmalar göstermiştir ki (Berman 1997; Nye ve Zelikow 1997; Bok 2001), çok az bir istisna olmakla birlikte (Watson vd., 1991) kamudaki yöneticiler, müşterilerden çok, bünyesindeki çalışanlarının hizmet kalitesi hakkındaki bildirimlerine daha çok önem vermektedir.

Kamu hizmetlerindeki performans hedeflerinin belirsiz olması, deneyim eksikliği, terfi gibi nedenlerden ötürü kamu sektöründeki hizmet kalitesinin belirlenmesi mümkün olamamaktadır (Bryslan, 2001). Ayrıca, kamu sektöründeki vizyon eksikliği ve kısa dönemli hedeflere odaklanma da hizmet kalitesini olumsuz yönde etkileyen unsurlardandır (Hashim vd., 2011).

Polis Teşkilatlarındaki Hizmet Sunumuna İlişkin Çalışmalar

Polisin hizmet sunumu insanların polisle muhatap olma şekillerine göre farklılık göstermektedir (Brandl vd., 1994, Reisig ve Chandek 2001, Schafer vd.,2003). Bunun yanında, kişilerin ideolojileri, ön yargıları ve mensubu oldukları azınlık gruplar gibi faktörler de polisin hizmet sunumundaki algının araştırılmasında engeller olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bir kişinin polisle ilişkisi iki şekilde mümkün olmaktadır: gönüllü ve gönülsüz iletişim. Gönüllü iletişim, kişinin adli ya da kolluğun uygulamaları içindeki idari konularla ilgili olarak kişinin gönüllü olarak polise başvurmasını, gönülsüz iletişim ise, yaşanan olayla ilgili bir kişinin yakalanması, durdurulması ya da gözaltına alınması, ayrıca Cumhuriyet Savcılarının ya da mahkemelerin talimatları ile yakalanmaları ile mümkün olmaktadır.

Gönülsüz kurulan iletişimde kolluğun hizmetlerinin algısında objektiflik sağlanamayabilir. Aynı perspektifte, Skogan (2006) çalışmasında, gönülsüz iletişim kurulan kişilerin polislerin sunduğu hizmetlere yönelik algılarının olumsuz olduğunu ifade etmiştir.

İskoçya polis departmanında yapılan ve vatandaşların memnuniyetini ölçmeyi hedefleyen bir çalışmada hizmetlerin sunulması ve vatandaşların memnuniyetinde oldukça iyi bir algının olduğu ortaya konulmuştur (Donnelly vd., 2006). Amerika'da yapılan bazı çalışmalarda da, genel olarak polisin hizmet sunumuna yönelik algı pozitifdir (Zamble ve Annesley 1987, Huang ve Vaughn 1996, Dunham ve Alpert 1997). Wentz ve Schlimgen (2012) çalışmasına dahil edilen örneklemin hemen hemen yarısı kadın (%54,1), çoğunluğu (%71,3) lise mezunu ve yaş ortalaması ise 46,92'dir. Genel olarak polisin hizmet sunumundaki algı olumlu yöndedir.

Yapılan çalışmaların bazılarında ön plana çıkan handicap, çalışmaya dahil edilen kişilerin demografik özellikleri ile polisin sunduğu hizmetlerin algısındaki ön yargılardır. Örneğin Amerika'da yapılan çalışmalarda azınlık gruplarının polise ve sunduğu hizmetlere olumsuz yönde baktığı ortaya konulmuştur (Decker 1981, Levin and Thomas 1997, Weitzer 1997, Reisig and Parks 2000, Tyler and Waksak 2004, Weitzer and Tuch 2005).

Sosyo ekonomik gelir ve polisin hizmetlerinin algılanışı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarda, öğrenim ve gelir durumu düşük bireylerin polisin hizmetlerine negatif bir yaklaşım getirdiklerini ortaya koymuştur (Frank vd. 2005; Skogan 2006).

Yaş ve polisin sunduğu hizmetler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda ise, yaşın arttıkça polisin sunduğu hizmetlerde olumlu bir algının hakim olduğu ortaya konulmuştur. Bunun gerekçesi ise, gençlerin

özgürlük ve serbest yaşamdan başlayarak aşırı yaşam tarzlarının olabileceği ancak insanların yaşlandıkça güçsüzleştiği ve polise daha çok ihtiyaç duyduğu şeklinde açıklanmıştır (Reisig ve Correia, 1997). Bunun yanında, yaş kriterinin polisin hizmet sunumundaki algıyı etkilemediğini belirten çalışmalar da bulunmaktadır (Hindelang 1974, Davis 1990, Cao et al. 1996).

Yöntem

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Ankette yer alacak ifadeler ve soruların sorulma şekilleri literatürdeki çeşitli çalışmalardan elde edilen veriler ve sonuçlara göre özgün olarak hazırlanmıştır.

SERVQUAL ölçeği (Parasuraman vd., 1988) adı verilen ölçek, hizmet kalitesini ölçmek için hazırlanmış, 22 sorudan oluşan, ilk bölümde tüketicinin hizmet işletmesinden beklentileri, ikinci bölümde söz konusu işletmeden algıladığı performans ölçülmektedir. Bunun için ise Likert Ölçeği kullanılmaktadır.

Bryland and Curry (2001), çalışmasında SERVQUAL ölçeğinin kamu sektöründe açıkça kullanılabilirliğini ortaya koymuştur. Bahse konu çalışmanın sonuçları ışığında, bu çalışmada da bir kamu sektörü olan ve güvenlik hizmeti sunan Emniyet Teşkilatı'nın sunmuş olduğu hizmetlerdeki algıyı gözlemleyebilmek için SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır.

Hazırlanan anketin birinci kısmında, tüketicilerin demografik özelliklerinin belirlenmesi, ikinci kısımda, hizmet tüketicilerinin Polis Merkez Amirliklerinin fiziki ve teknik şartlarının hizmet sunumundaki durumu ve üçüncü bölümde ise personelin hizmet sunumundaki davranışları ve tüketici memnuniyetinin değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bunun için, birinci kısımda açık ve kapalı uçlu sorulara yer verilirken, ikinci ve üçüncü bölümde 5'li Likert ölçeği kullanılarak sorulan sorulara en uygun seçeneği işaretlenmesi istenmiştir.

Anketler, Zonguldak ilinde faaliyet gösteren Kilimli Polis Merkez Amirliğine müracaat eden, durumu fark etmeksizin (mağdur, müşteri, şüpheli, tanık vb.) gönüllülere uygulanmıştır. Anketi doldurmayı kabul edenlerin soruları daha objektif cevaplayabilmeleri için, anketleri personel refakatinde değil, bireysel olarak doldurmaları ve doldurulan anketlerin daha önceden hazırlanmış olan içi görülmeyen sandıklara atılması sağlanmıştır. 15 Nisan 2013- 30 Mayıs 2013 tarihleri arasında çalışmaya dahil olmayı kabul eden 252 kişi anketlere cevap vermiştir. Bahse konu tarihler arasında her iki Polis Merkezine başvuran ve hizmet tüketen kişi sayısı 1710'dur. Örneklemin büyüklüğünü Balcı (2005)'in eserinde belirtmiş olduğu hesaplama tekniği kullanılarak belirlenmiştir. Buna göre;

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{d^2.(N-1) + t^2.p.q}$$

formülünden yapılan hesaplamada %95 güven aralığında, %5 hata ile örneklem n (örneklem büyüklüğü) değeri 238,29 olarak hesaplanmış, anketlere alınan 252 yanıtın örneklem değeri için uygun olduğu ve geneli yansıtılabileceği değerlendirilmiştir.

Cronbach Alfa katsayısı, ölçekte yer alan soruların homojen bir yapıyı açıklamak üzere bir bütün oluşturup oluşturmadıklarını göstermektedir. Cronbach Alpha değeri 0,936 olarak tespit edilmiş, anketlere verilen örneklerin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu görülmüştür.

Örnekleme dair ölçek SPSS 15.0 versiyon programı kullanılarak analiz edilmiştir. Kolmogorov-Smirnov testi vasıtasıyla yapılan incelemelerde, örneklemin ölçekteki tüm sorulara verilen 0,05'den küçük olduğu için (p<0,000) parametrik olmayan test yöntemlerini kullanın daha doğru olduğu değerlendirilmiştir.

Bulgular

Anket uygulanan örnekleme ait demografik özellikler tablo 1'de gösterilmiştir. Varyans homojenliği Levene testi ile ölçülmektedir. Levene testinde anlamlılık düzeyi 0,05'den büyük çıkarsa dağılımın varyans homojenliğini sağladığı, küçük çıkarsa sağlamadığı bilinmektedir. Bu çalışmada anlamlılık düzeyi, 0,05'ten büyük çıktığı için varyans homojenliği sağlanmıştır.

Tablo 1: Çalışmaya Dahil Edilenlere Ait Demografik Özellikler

Cinsiyeti	n	%
Erkek	183	72,6
Kadın	69	27,4
Toplam	252	100,0
Öğrenim		
Okuma yazma bilmez	2	0,8
Okur yazar	8	3,2

İlköğretim	81	32,1
Lise	70	27,8
Üniversite	60	23,8
Lisansüstü	31	12,3
Toplam	252	100,0
Medeni Hali		
Evli	126	50,0
Bekar	110	43,7
Boşanmış	16	6,3
Toplam	252	100,0
Mesleği		
İşsiz	32	12,7
Devlet Memuru	69	27,4
Özel Sektör Çalışanı	58	23
Serbest meslek sahibi	84	33,3
Emekli	9	3,6
Toplam	252	100,0
Polis Merkez Amirliğine Başvuru Sıklığı		
İlk defa	51	20,2
Haftada bir	166	65,9
Ayda Bir	7	2,8
Yılda Bir	6	2,4
Nadiren	22	8,7
Toplam	252	100,0
Polis Merkezine Başvuru Nedeni		
Şikayetçi olmak için (müşteki)	79	31,3
Şikayet Edildiği için (şüpheli)	32	12,7
Bilgi Edinmek için	120	47,6
Savcılık talimatı üzerine	21	8,3
Toplam	252	100,0

Çalışmaya dahil edilenlerin %72,6'sı erkek, %32,1'i ilköğretim %27,8'i lise mezunudur. Yarı (50) evli, %33,3'ü serbest meslek erbabıdır. %65'i hafta bir kere polis merkezine müracaat etmektedir. Bu çoğunluğun (%65) hepsi polis merkezine şikayetçi olmak, şikayet edildiği için ya da tanık olarak ifade vermek üzere yani suç soruşturmasının bir tarafı olarak gelmiştir.

Örneklemin yaş ortalaması $30,7 \pm 8,9$ ve en küçüğü 15, en büyüğü 62 yaşındadır. Gelir dağılımı incelendiğinde ortalama $1,778 \pm 1,413$ TL gelir elde edilmektedir. En yüksek elde edilen gelir aylık 12,000 TL'dir. Çalışmaya katılanların %47,6'sı bilgi edinmek üzere polis merkezine başvurduğunu beyan etmektedir.

SERVQUAL ölçeğine göre sorulan 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış sorulara alınan cevapların ortalaması tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo2: Ölçeğe ait değerler

Soru önermesi	
Polis merkezi teknolojiye uygun, modern araç, gereç ve donanımına sahiptir.	3,67
Polisin hizmeti ile ilgili malzemeler/araçlar düzgün görünüşlüdür.	3,83
Polisler belirtmiş oldukları hizmetleri zamanında yerine getirmektedirler.	3,88
Polis Merkezindeki gerekli kayıtların tutulmasında titizlik gösterilmektedir.	3,94
Polis merkezindeki görevliler sunduğu hizmetleri ilk seferinde ve eksiksiz yapar.	3,85
Güvenlik hizmeti alanlar güven duygusu içindedirler.	4,17
Polis Merkezi, sizler için uygun çalışma saatlerine sahiptir.	4,17
Polis Merkezi, hizmet alanların menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.	3,82
Polis merkezi, hizmeti tüketenlerin özel ihtiyaçlarını anlar.	3,65
Polis Merkezindeki görevliler, başvuranlarla kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.	3,46
Polis merkezinden alınan hizmet memnun edicidir.	3,97

Personel, temiz ve düzgün görünüşlüdür.	4,70
Personelin, davranışları güven uyandırır.	3,94
Personel, vatandaşa hizmetin tam olarak hangi zamanda yerine getirileceğini söyler.	3,76
Personel, hizmeti mümkün olan en kısa sürede sunar.	3,79
Personel, tüketicilerin isteklerine cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.	3,73
Personel, tüketicilere yardım etmek için her zaman isteklidirler.	3,62
Personel, hizmet tüketicilerine kişisel ilgi gösterirler.	3,54
Personel, kendi alanları ile ilgili tüketici sorularına cevap verebilecek yeterli bilgiye sahiptirler.	3,78
Personel, tüketicilere karşı daima nazik ve saygılıdır.	3,72
Personel, hizmetlerle ilgili sorun yaşanması durumunda, sorunu çözmek için samimi çaba gösterirler.	3,93
Personelden alınan hizmet memnun edicidir.	4,15

Ölçeğe alınan yanıtların her soru için ortalamasının 3'ten düşük olması alınan hizmete yönelik olumsuz bir algının, 3'ün nötr ve 3'ten yüksek olması ise alınan hizmetteki algının olumlu olduğunu ifade eder. Buna göre, Polis Merkezine başvuran kişilerin almış oldukları hizmete dair algıları pozitiftir, yani olumludur. Ayrıca, Polis Merkezinden alınan hizmetteki memnuniyet 3,97 iken, polis merkezinde çalışan personelden alınan hizmet 4,15'dir.

Ölçeklere verilen yanıtların ortalamaları incelendiğinde, en düşüğü 3,46 ile polis merkezinde çalışanların kişisel olarak vatandaşlarla ilgilenmeleri, en yükseği 4,70 ile personelin temiz ve düzgün görünüşlü olmasıdır.

Tablo 3: Polis Merkezine Başvuru Nedeni ile Ölçek Korelasyonu

	P
Polis merkezinden alınan hizmet memnun edicidir.	0,000
Polis Merkezi, hizmet alanların menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.	0,002
Personelin, davranışları güven uyandırır.	0,001
Personel, vatandaşa hizmetin tam olarak hangi zamanda yerine getirileceğini söyler.	0,000
Personel, tüketicilere yardım etmek için her zaman isteklidirler.	0,000
Personel, hizmet tüketicilerine kişisel ilgi gösterirler.	0,000
Personel, kendi alanları ile ilgili tüketici sorularına cevap verebilecek yeterli bilgiye sahiptirler.	0,000
Personel, tüketicilere karşı daima nazik ve saygılıdır.	0,000
Personel, hizmetlerle ilgili sorun yaşanması durumunda, sorunu çözmek için samimi çaba gösterirler.	0,000
Personelden alınan hizmet memnun edicidir.	0,000

Polis merkezine başvuran kişilerin müracaat nedenleri ile ölçek arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (tablo 3).

Cinsiyetlere göre, polis merkezinden alınan hizmetlerin algısı arasındaki fark incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı ($p < 0,079$) tespit edilmiştir. Öğrenim durumları ile polis merkezinden alınan hizmetlerin algısı arasındaki fark incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ($p < 0,000$) anlaşılmıştır.

Tartışma

İskoçya polis departmanında yapılan ve vatandaşların memnuniyetini ölçmeyi hedefleyen bir çalışmada hizmetlerin sunulması ve vatandaşların memnuniyetinde oldukça iyi bir algının olduğu ortaya konulmuştur (Donnelly vd., 2006). Amerika'da yapılan bazı çalışmalarda da, genel olarak polisin hizmet sunumuna yönelik algı pozitiftir (Zamble ve Annesley 1987, Huang ve Vaughn 1996, Dunham ve Alpert 1997). Wentz ve Schlimgen (2012) çalışmasına dahil edilen örneklemin hemen hemen yarısı kadın (%54,1), çoğunluğu (%71,3) lise mezunu ve yaş ortalaması ise 46,92'dir. Genel olarak polisin hizmet sunumundaki algı olumlu yöndedir. Bu çalışmada da, polisin hizmet sunumundaki algının pozitif yönde olduğu görülmüştür. Örneklemin yaş ortalamasının $30,7 \pm 8,9$ ve gelirinin ortalama $1,778 \pm 1,413$ TL olması diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir.

Yapılan çalışmaların bazılarında ön plana çıkan handicap, çalışmaya dahil edilen kişilerin demografik özellikleri ile polisin sunduğu hizmetlerin algısındaki ön yargılardır. Örneğin Amerika'da yapılan çalışmalarda

azınlık gruplarının polise ve sunduğu hizmetlere olumsuz yönde baktığı ortaya konulmuştur (Decker 1981, Levin ve Thomas 1997, Weitzer 1997, Reisig ve Parks 2000, Tyler ve Wakslak 2004, Weitzer ve Tuch 2005). Bu çalışmada, polise ön yargı ile yaklaşabilecek bir azınlık grubun varlığından söz etmek mümkün görülmemektedir.

Sosyo ekonomik gelir ve polisin hizmetlerinin algılanışı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarda, öğrenim ve gelir durumu düşük bireylerin polisin hizmetlerine negatif bir yaklaşım getirdiklerini ortaya koymuştur (Frank vd. 2005; Skogan 2006). Bu çalışmada ilköğretim ve aşağı seviyede eğitim düzeyine sahip kişilerin %36,1 olduğu görülmektedir. Bu kişilerin de polisin sunduğu hizmetler açısından tamamiyle negatif bir algıya sahip olmadıkları görülmektedir.

Servqual ölçeğinden elde edilen sonuçlar açısından, polis merkezine başvuran kişilerin tamamının pozitif yönde bir bakış açısına sahip oldukları tespit edilmiştir. Polis Merkezinden alınan hizmetteki memnuniyet 3,97 iken, polis merkezinde çalışan personelden alınan hizmet 4,15'dir. Bu bağlamda, polis merkezindeki fiziki altyapıdan memnuniyet daha düşük iken, bu fiziki ve teknik engellere rağmen çalışan personelden alınan hizmetteki memnuniyetin daha üst seviyede olması, görevli polislerin işlerini yapmak için özveri gösterdiklerine işaret etmektedir.

Cinsiyetlere göre, polis merkezinden alınan hizmetlerin algısı arasındaki fark incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı ($p < 0,079$) tespit edilmiştir. Yani, kadın ve erkekler arasında Polis Merkezinden alınan hizmetin algısı arasında bir fark bulunmamaktadır.

Öğrenim durumları ile polis merkezinden alınan hizmetlerin algısı arasındaki fark incelendiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ($p < 0,000$) anlaşılmıştır. Buna göre, eğitim düştükçe, alınan hizmetten memnuniyet artmıştır.

Sonuç

Küresel dünyada meydana gelen güncel gelişmeler ve değişen şartlara ayak uydurmak için örgütlerin sunduğu hizmet ya da ürünlerindeki farklılaşmanın önemli bir yer tuttuğu bilinmelidir.

Küresel dünyada rakiplerin yanında refik kavramının göz ardı edilmiş olduğu dikkati çekmektedir. Refik, arkadaş, yol arkadaşı anlamına gelmektedir. Bu nedenle, değişen dünyada rakiplerin ve refiklerin hizmet sunumu ve ürün farklılaştırmasını takip etmek gerekir.

Türk Polis Teşkilatı, Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde hizmet standartlarının oluşturulması ve geliştirilmesi adına pek çok yeniliğe öncülük etmiştir ve etmeye de devam etmektedir. İnsan hakları, olaylara müdahale, polis merkezlerinin modernize edilmesi, nitelikli personel istihdamı ve kapasitelerinin geliştirilmesi adına yasal ve işlevsel iyileştirmeler gerçekleştirilmiştir.

Daha huzurlu ve güvenilir bir toplumun var olabilmesi için güvenlik hizmetlerinin sunumunun objektif ve halka güven verici bir şekilde yapılması gerekmektedir. Polis halkla ilişkiler ve devlete olan güven endeksinin artırılması adına tüm polis merkezlerinde hizmet standartlarının ve kalitesinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada, polisin adli hizmetleri sunumunda vatandaşların algısının ne yönde olduğunun ölçülmesi hedeflenmiştir. Sonuç itibarıyla, adli hizmetlerin sunumunda pozitif yönde olumlu bir algının olduğu belirtilebilir. Ayrıca, fiziki şartlara nazaran, personelin davranışlarının daha olumlu algılandığı görülmüştür.

Kaynakça

- Angus, L. (2003). Marketing in the Public Sector: Towards a Typology of Public Services, *Marketing Theory*, Vol. 3(4), ss.427-445.
- Balcı A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem Teknik ve İlkeler*. 5. Baskı. Ankara: Pegema Yayıncılık.
- Bateman, T.S. & Organ, D.W. (1983). Job Satisfaction and The Good Soldier: The Relationship Between Affect and Employee Citizenship, *Academy of Management Journal*, 26, 587-595.
- Bergami, M. & Bogazzi, R. P. (2000). "Self-categorization, affective commitment, and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization, *British Journal of Social Psychology*, 39, 555-577.
- Berman, E.M. (1997). Dealing with Cynical Citizens. *Public Administration Review* 57(2): 105-12.
- Bettencourt, L.A. (1997). Customer voluntary performance: Customers as partners in service delivery, *Journal of Retailing*, 73, 383-406.
- Bok, D. (2001). *The Trouble with Government*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brandl, S.G., vd., (1994). Global and specific attitudes toward the police: disentangling the relationship. *Justice Quarterly*, 11 (1), 119-134.
- Brewer, M. B. (1991). "The Social Self: On being the same and different at the same time", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482.
- Brysland, A. & Curry, A. (2001). Service Improvements in public services using SERVQUAL, *Managing Service Quality*, vol. 11(6), 389-401

- Cao, L., Frank, J., & Cullen, F.T., (1996). Race, community context and confidence in the police. *American Journal of Police*, 15 (1), 3–22.
- Chervonnaya, O. (2003). Customer Role and Skill Trajectories in Services, *International Journal of Service Industry Management*, Vol.14, no.3.
- Czepiel, J.A. (1990). Service encounters and service relationships: implications for research, *Journal of Business Research*, vol. 20, 13-21
- Davis, J.R., (1990). A comparison of attitudes toward the New York City police. *Journal of Police Science and Administration*, 17 (4), 233–243.
- Decker, S. (1981). Citizen attitudes toward the police: a review of past findings and suggestions for future policy. *Journal of Police Science and Administration*, 9 (1), 80–87.
- Donnelly, M., Kerr, N.J., Rimmer, R. & Shiu, E.M. (2006). Assessing the quality of police services using SERVQUAL, *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, vol. 29(1), 92-105
- Dunham, R.G. & Alpert, G.P.(1997). The foundation of the police role in society. R.G. Dunham ve G.P. Alpert, (ed.) *Critical issues in policing*. Prospect Heights, IL: Waveland, 1–16.
- Dutton, J., Dukerich, J., & Harquail, C.V. (1994). Organizational images and membership commitment, *Administrative Science Quarterly*, 34, 239-263.
- Einwiller, S. A., Fedorikhin, A., Johnson A. R., & Kamins, M. A. (2006). Enough is enough! When identification no longer prevents negative corporate associations, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 185-194.
- Frank, J., Smith, B.W., & Novak, K.J., (2005). Citizen attitudes toward the police: exploring the basis of citizen attitudes. *Police Quarterly*, 8 (2), 206–228.
- Groth, M. (2005). Customers as good soldiers: Examining citizenship behaviors in internet service deliveries, *Journal of Management*, 13(1), 7-27.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*, Chichester: Wiley (3rd edition).
- Gruen, T.W., Summers, J.O. & Acito, F. (2002). Relationship marketing activities, commitment, and membership behaviors in professional associations, *Journal of Marketing*, 64, 34-69.
- Gummesson, E. (2007). Exit Services Marketing-Enter Service Marketing, *The Journal of Customer Behavior*, Vol.6, no:2, 113-141.
- Hashim, H., Siti Z., Abdul R. & Wan K. W.İ. (2011). Customer Service Quality in A Public Agency in Malaysia: Towards A Customer- Focused Public Organization, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9): 1777-1783.
- Hindelang, M.J. (1974). Public opinion regarding crime, criminal justice and related topics. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 11 (2), 101–116.
- Huang, W. & Vaughn, M.S. (1996). Support and confidence: public attitudes toward the police. T.J. Flanagan ve D.R. Longmire, (ed). *Americans view crime and justice: a national public opinion survey*. Thousand Oaks, CA: Sage, 31–46.
- Kelly, J.M. (2005). The Dilemma of Unsatisfied Customer in a Market Model of Public Administration, *Public Administration Review*, Vol:65, No:1, 76-84.
- Levin, J. & Thomas, A.R., (1997). Experimentally manipulating race: perceptions of police brutality in an arrest: a research note. *Justice Quarterly*, 14 (3), 577–586.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2007), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall, (6th edition).
- Matting, J., Sande'n, B. & Edvarsson, B. (2004). New Service Development: Learning from and with customers. *International Journal of Service Industry Management*, Vol.15, no.5
- Moideenkutty, U. (2005). Organizational Citizenship Behavior and Developmental Experiences: Do Role Definitions Moderate the Relationship, *The Journal of Behavioral and Applied Management*, 6(2), 88-108.
- Moorman, R. H. & Blakely, G.L. (1995). Individualism- Collectivism As An Individual Difference Predictor Of Organizational Citizenship Behavior, *Journal of Organizational Behavior*, 16 (2), 127-142.
- Nye, J.S., & Zelikow, P.D. (1997). Reflections, Conjectures and Puzzles. *Why People Don't Trust Government*, Joseph S. Nye, Jr., Philip D. Zelikow, ve David C. King (ed.), 253–281. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Palmer, A. (2004). *Principles of Services Marketing*, London: McGraw-Hill (4th edition).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multipleitem scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Ramseook-Munhurrun, P., Lukea-Bhiwajee, S.D. & Naidoo, P. (2010). Service Quality in the Public Service, *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol.3,Number1, 37-50.

- Randall, L. & Senior, M. (1994). A model for achieving quality in hospital hotel services, *International Journal of Contemporary Hospital Management*, vol. 6, 68-74.
- Reisig, M.D. & Chandek, M.S. (2001). Effects of expectancy disconfirmation on outcome satisfaction in police-citizen encounters. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 24 (1), 88-99.
- Reisig, M.D. & Parks, R.B., (2000). Experience, quality of life, and neighborhood context: a hierarchical analysis of satisfaction with police. *Justice Quarterly*, 17 (3), 607-629.
- Reisig, M.D. & Correia, M.E., (1997). Public evaluations of police performance: an analysis across three levels of policing. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 20 (2), 311-325.
- Robinson, L. (2003). "Committed to quality: the use of quality schemes in UK public leisure services," *Managing Service Quality*, vol. 13(3), 247-55.
- Rowley, J. (1998). "Quality measurement in the public sector: Some perspectives from the service quality literature," *Total Quality Management*, vol. 9(2/3), p. 321-333
- Schafer, J.A., Huebner, B.M., & Bynum, T.S., 2003. Citizen perceptions of police services: race, neighborhood context, and community policing. *Police Quarterly*, 6 (4), 440-468.
- Skogan, W.G., 2006. Asymmetry in the impact of encounters with police. *Policing & Society*, 16 (2), 99-126.
- Tajfel, H. & Turner J.C. (1985), "The social identity theory of intergroup behavior. S.Worchel ve W.G. Austin (Ed.), *The Psychology of Intergroup Relations*, Chicago: Nelson Hall, 7-24.
- Tyler, T.R. & Wakslak, C.J., 2004. Profiling and police legitimacy: procedural justice, attributions of motive, and acceptance of police authority. *Criminology*, 42 (2), 253-281.
- Üzerem, N. (1997). Hizmet Kalitesinin Yönetimi, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Yıl:11, sayı:63, İstanbul.
- Watson, D.J., Robert J. J., & Gerald W. J. 1991. Institutionalized Uses of Citizen Surveys in the Budgetary and Policy-Making Process: A Small City Case Study. *Public Administration Review* 51(3): 232-39.
- Weitzer, R. & Tuch, S., 2005. Determinants of public satisfaction with the police. *Police Quarterly*, 8 (3), 279-297.
- Wentz, E. A. & Schlimgen, K.A., (2012). Citizens' perceptions of police service and police response to community concerns, *Journal of Crime and Justice*, Vol. 35:1, 114-133
- Wisniewski, M. (2001). "Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services," *Managing Service Quality*, vol. 11(6), p. 380-388.
- Wisniewski, M. & Donnelly, M. (1996), "Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL", *Total Quality Management*, Vol. 7(4), p.357-365.
- Zamble, E. & Annesley, P. (1987). Some determinants of public attitudes toward the police. *Journal of Police Science and Administration*, 15 (4), 285-290.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. G. (2005), *Services Marketing*, Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin, (2nd edition).