T.C.
İstanbul Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı
İşletme Yönetimi Ve Organizasyon Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE BELEDİYELERDE BUNA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

NAFİZ KASIM ŞAHİN
2501850660

Danışman
Doç. Dr. Muhteşem Baran

İstanbul 2016

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı	:	NAFİZ KASIM ŞAHİN	**Numarası**	:	2501850660
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı	:	İŞLETME YÖNETİMİ VE ORGANİZASYON	**Danışmanı**	:	DOÇ.DR.MUHTEŞEM BARAN
Tez Savunma Tarihi	:	16.05.2016	**Saati**	:	14.00
Tez Başlığı	:	HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE BELEDİYELERDE BUNA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA.			

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **36. Maddesi** uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / OY~~ÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
PROF.DR.İBRAHİM PINAR		Kabul
DOÇ.DR.MUHTEŞEM BARAN		Kabul
DOÇ.DR.TURHAN ERKMEN		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
DOÇ.DR.ARZU ÜLGEN AYDINLIK		
YRD.DOÇ.DR.DİDEM YILMAZ ÇAPKUR		

ÖZ

Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Belediyelerde Buna İlişkin Bir Araştırma

Nafiz Kasım ŞAHİN

Gelişen teknolojilere bağlı olarak yeni hizmet türlerinin ortaya çıkması hizmet sektörünün önemini artırmakta ve ülke ekonomilerinde hizmet sektörünün payı gelişerek artmaktadır. İnsanların refah seviyesini artırmada başvurulacak en önemli yollardan biri de hizmet kalitesinin arttırılmasıdır. Hizmet kalitesinin arttırılması, hizmetten yararlanan bireylerin beklentilerine uygun bilimsel ve teknolojik gelişmeleri sağlamakla olanaklı olabilmektedir.

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin algıladıkları ve bekledikleri hizmet kalitesinin ölçümünde Servqual ölçeği kullanılmaktadır. Bireylerin beklenti ve algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakılarak memnuniyet düzeylerini belirlemek amaçlanmakta ve bireylerin demografik özelliklerine göre beklentileri ve algılamaları arasında fark olup olmadığı incelenmektedir.

Hizmet kalitesi beklentisinin ve hizmet kalitesi algılamasının ölçümünde kullanılan ölçeklerde, faktörlerin gruplandırılması Principal Component Analysis (Temel Bileşenler Analizi) ve Varimax Rotasyonu kullanılarak yapılmaktadır. Toplam açıklanan varyans her ikisinde de %100 olarak bulunmuştur. Ölçeklerin güvenilirliği Cronbach Alpha analizi ile test edilmekte ve ölçekler yüksek oranlarda güvenilir bulunmaktadır.

Bireylerin belediye hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasında fark olup olmadığının karşılaştırılmasında t- testi kullanılmakta ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna varılmaktadır.

Bireylerin sosyo-demografik özellikleriyle algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı ilişki olup olmadığı Chi-square testlerinden (Contingency Tables) yararlanılarak incelenmektedir. Belediyenin hizmetleri ile ilgili haber kaynağı değişkeni ile tüm algı değişkenleri arasında, istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim durumu değişkeni ile fiziki koşullar, güven, adillik ve eşitlik, temizlik, haberleşme, imar, ulaşım ve finansman algısı değişkenleri arasında ise herhangi bir ilişki bulunmamaktadır.

Anahtar kelimeler: Belediye hizmetleri, Bireylerin beklentileri, Algılanan Hizmet, Hizmet Kalitesi.

ABSTRACT

Service Quality Measurement and Related Research Municipalities

Nafiz Kasım ŞAHİN

The most recent advancements in technology have led to the emergence of new types of services that are available to the consumer. As a result, the service sector has been gaining more significance in world economies. In order to raise the level of prosperity, one of the most important steps to be taken is increasing the quality of services available to public. This increase can be achieved through making the most recent advancements in science and technology accessible to individuals, who are the beneficiaries of these services, based on their needs and expectations.

Servqual rater, a quality management framework, is used in measuring the perceptions and expectations of the individuals who benefit from municipality services. This rater aims to measure wheteher there are any differences in the expectations and perceptions of the individuals in regards to the quality that they receive. The rater also looks into these individuals' demographic characteristics and how this factor plays in their perceptions and expectations.

Principal Component Analysis and Varimax Rotation were used in measuring the service quality expectations and service quality perceptions as well as grouping the dimensions of factor. The variance has been found to be 100% in both of these scales. Cronbach Alpha Analysis has been used to measure the reliability of these scales. Both of these scales prove high reliability. T-test is used in comparing the difference in individuals' expectations in municipality services. This test concludes a statistical reasoning in these expectations.

Chi-square tests (Contingency Tables) are used in determining whether there is a meaningful relationship between the individual demographic characteristics and the perceived service quality. It is found that there is a meaningful statistical correlation between the news resources about municipality services and perception variables. No correlation has been found among the following variables: educational level, physical conditions, trust, equality, cleanliness, communication, infrastructure, transportation and financial perception.

Key words: Municipal services, Expectations of the individuals, Perceived services, Service quality.

ÖNSÖZ

Hizmet sektörünün yaşam standartları açısından artan önemi, kalitenin yükseltilmesini, hizmetin etkin ve verimli olarak yerine getirilmesini gerekli kılmaktadır.

Hayatın her alanında varlığını gösteren hizmet, kamu sektörünü de yakından ilgilendirmektedir. Yerel yönetimler, her bir bireyin beklenti ve istekleri birbirinden farklı olmasına rağmen hizmetten yararlanan bireylerin istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, onlara hizmetleri yerinde ve zamanında ulaştırmak ve hizmet kalitesini artırmak için yoğun çaba sarf etmek zorunda kalmaktadır.

Hizmetten yararlanan bireylerin memnuniyeti için bu bireylerin beklentilerini ve algılamalarını karşılaştırmak, bireylerin beklentilerine uygunluk derecesini belirlemek gerekmektedir.

Hizmetlerin karakteristik özelliklerin fiziksel ürünlerden farklı olması üretildiği anda tüketilmesi, depolanamaması, hizmette üretilen ürünlerin soyut olması, maddi niteliği olmaması hizmet kalitesinin ölçülmesini güçleştirmektedir.

Bu çalışmada yerel yönetim hizmetlerinden yararlanan bireylerin hizmetten beklentilerini ve hizmetten algılarını belirleyerek beklentilere uygunluk derecesini saptamak ve hizmet kalitesini ölçmeye çalışmak hedeflenmiştir. Yerel yönetimlerde öngörülen hizmet kalitesinin, hangi özelliklerinin hizmetten yararlanan bireylerin memnuniyetini sağlamada etkili olduğunu, hangilerinin etkili olmadığını belirlemek de amaçlanmıştır. Bu amaçla 1985 yılında Parasuraman vd. tarafından geliştirilen ve hizmet kalitesinin ölçümünde yaygın olarak kullanılan Servqual ölçeğinden yararlanılmıştır.

Yaptığımız anket çalışmasıyla yerel yönetim hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik, sosyoekonomik özellikleriyle birlikte yerel yönetim hizmetlerinden hangi oranda yararlandığını gösteren faktörler hakkında bilgiler elde edip bu bilgilerin istatistiksel analizi yapılarak amaca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmanın en önemli kısıtı araştırmanın Güngören ilçe belediyesi ile sınırlı olmasıdır. Bu nedenle araştırma sonuçlarını genelleme olanağı yoktur.

Araştırmanın bir diğer kısıtı da Güngören Belediyesinden yararlanan bireylerin 01Nisan2014 ile 30Ekim 2014 tarihleri arasında anket çalışmasına katılmış olmasıdır.

Araştırma başlıca üç bölümden oluşmaktadır. Yapılan çalışmanın ilk bölümünde; hizmetlerin önemi ve hizmet kalitesi kavramları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde; hizmet kalitesinin boyutları, ölçümü ve belediyelerde hizmet kalitesi üzerinde durulmuştur.

Üçüncü bölümde ise Güngören Belediyesinde Servqual ölçeği ile hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin uygulamaya yer verilmiştir.

Son olarak sonuç ve öneriler başlığı altında, araştırma bulgularına yönelik yorum ve önerilere yer verilmiştir.

Çalışmalarımızda;

1. İstanbul'un ilçelerinden Güngören'de, belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerle anket uygulaması yapılmıştır. Anketin uygulanması sırasında; anket sorularının fazla sayıda olması katılımcı sayısını azaltmıştır.

2. Ankete katılan bireylerin bir kısmı ön yargılı davranmış; belediye yönetimini elinde bulunduran partiye yakın bireylerin anket sorularına olumlu, muhalefete yakın bireylerin de anket sorularına olumsuz yanıtlar verdiği saptanmıştır. Bunlar tespit edildikçe elenmiştir.

Bu araştırmanın yapılması sırasında desteğini benden esirgemeyen, çalışmanın seçiminde ve yürütülmesinde bana yol gösteren, çok değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Muhteşem Baran'a; anket sonuçlarının değerlendirilmesinde, araştırmada kullanılacak istatistiksel yöntemlerin belirlenmesinde ve araştırmanın bulgularının değerlendirilmesinde bana yardımcı olan çok değerli hocam Sayın Yard. Doç. Aycan Hepsağ'a; ayrıca sevgili kardeşim Araştırma Görevlisi Oğuz İrengün'e ve Mukaddes Şahin'e en içten teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Ayrıca araştırmada veri toplamama yardımcı olan genç öğrenci kardeşlerime ve Nedim Akgün'ün şahsında tüm mahalle temsilcisi arkadaşlarıma, en içten teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Nafiz Kasım ŞAHİN

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖN SÖZ ……..…….. v

TABLOLAR LİSTESİ ……..……. xii

ŞEKİLLER LİSTESİ …….……..... xiv

KISALTMALAR LİSTESİ ……...……...…… xv

GİRİŞ ……. 1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HİZMET VE HİZMET KALİTESİ

1.1. Hizmet Tanımı, Özellikleri ve Sınıflandırılması ….……...……... 4

1.1.1. Hizmet Tanımı …….…….. 4

1.1.2. Hizmetlerin Özellikleri ..…….……..…….... 9

1.1.2.1. Hizmet İşletmelerinin Genel Özellikleri …..……..…. 11

1.1.2.2. Fiziksel Ürünler ile Hizmetler Arasındaki Farklar ……...… 14

1.1.3. Hizmetlerin Sınıflandırılması .....……..... 16

1.1.3.1. Hizmetin Genel Bir Yaklaşımla Sınıflandırılması ...……... 16

1.1.3.2. Lovelock'un Hizmet Sınıflandırması ……..…… 16

1.1.3.3. Profesyonel Hizmetler ve Kitle Hizmetleri …..……... 17

1.1.3.4. Hizmet Fabrikaları Ve Hizmet Mağazaları .....……... 17

1.1.3.5. Hizmet Yönetimi ……...….……... 18

1.1.3.6. Fiziksel Ürün ve Hizmetlerin Somut ve Soyut Özelliklerine Göre Sınıflandırılması ..…..…….. 19

1.1.3.7. Hizmet Ticareti Genel Anlaşması kapsamında Hizmet Sektörlerinin Sınıflandırması …….……..... 19

1.2. Hizmet Kalitesi 21
1.2.1. Kalite Tanımı ve Önemi 21
1.2.2. Hizmet Kalitesi 24
1.2.2.1. Beklenen Kalite 24
1.2.2.2. Algılanan Kalite 26
1.2.2.3. Hizmet Kalitesinin Tanımı 28

İKİNCİ BÖLÜM

2. HİZMET KALİTESİNİN BOYUTLARI, ÖLÇÜMÜ VE BELEDİYELERDE HİZMET KALİTESİ

2.1. Hizmet Kalitesinin Boyutları 30
2.2. Kamu Hizmeti Kavramı 33
2.2.1. Kamu Hizmetlerinde Kaliteyi Belirleyen Faktörler 33
2.2.2. Kamu Hizmetlerinde Yurttaş Memnuniyetini Etkileyen Faktörler 33
2.3. Belediyelerde Hizmet Kalitesi 35
2.3.1. Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesi Boyutlarının Belediye Hizmetlerine Uyarlanması 36
2.3.1.1. Belediyelerde Hizmet Kalitesi 36
2.3.1.2. Hizmet Kalitesi Boyutlarının Belediye Hizmetlerine Uyarlanması 37
2.3.2. Belediye Hizmetlerinden Yararlanan Bireylerin Memnuniyeti 39

2.4. Hizmet Kalitesinin Ölçümü 40
2.4.1. Algılanan Toplam Kalite Modeli 40
2.4.2. Servperf Hizmet Kalitesi Modeli 42
2.4.3. Perakende Hizmet Kalitesi Modeli (DTR) 42
2.4.4. Servqual Hizmet Kalitesi Modeli 43
2.4.4.1. Servqual Hizmet Kalitesi Modelinde Kaliteyi Etkileyen Farklar 47

2.4.4.2. Servqual Hizmet Kalitesi Modeline Yöneltilen Eleştiriler…… 53
2.4.4.3. Hizmet Kalitesi Ölçümünde Karşılaşılan Güçlükler …….…… 55

2.5. Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Ölçümü ile İlgili Yapılan Araştırmalar… 56

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE GÜNGÖREN BELEDİYESİ HİZMETLERİYLE İLGİLİ BİR UYGULAMAMA

3.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi .....……..……...…..…. 59
3.2. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları ..……....…. 60
3.2.1. Araştırmanın Amacı ……...……. 60
3.2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları ……...…..…… 61
3.3. Araştırmanın Metodolojisi ……..…….……. 62
3.3.1. Araştırmanın Değişkenleri ……..……..…..… 62
3.3.2. Araştırmanın Modeli ...…..……..……... 64
3.3.3. Araştırmanın Hipotezleri ..……..... 65
3.3.4. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örnek Seçimi ……..……... 66
3.3.5. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı ……..……...…….. 68
3.3.6. Araştırmada Kullanılacak İstatistiksel Yöntemler ……..…... 69
3.4. Araştırmanın Bulguları ……..……..…... 70
3.4.1. Bireylere Göre Frekans Dağılımları ……..……..…… 70
3.4.1.1. Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Frekans Dağılımları ….. 71
3.4.1.2. Bireylerin Güngören Belediyesi'nin Hizmetlerinden Haberdar Olup Olmama Durumu ...….……...…….. 75
3.4.1.3. Bireylerin Güngören Belediyesi'nin Hizmetlerine İlişkin Haber Kaynakları …….. 76
3.4.1.4. Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Genel Memnuniyet Düzeyleri ……...…….... 77
3.4.1.5. Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Beklentilerine İlişkin Dağılımlar ……..... 78

3.4.1.6. Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Algılamalarına İlişkin Dağılımlar ……..…… 80
3.4.2. Beklenen Hizmet Kalitesine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analiz ….. 83
3.4.3. Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi … 84
3.4.4. Bireylerin Belediye Hizmetlerine İlişkin Beklenti ve Algılamalarının Karşılaştırılması …..……..... 85
3.4.5. Sosyo-demografik Özellikler ile Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ..……..….... 87
3.4.6. Sosyo-demografik Özellikler ile Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ..……..…… 96
3.4.7. Genel Memnuniyet Düzeyleri ile Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ……..…….. 105

SONUÇ VE ÖNERİLER ……. 109

KAYNAKÇA …… 113

EKLER LİSTESİ

EK-1: Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Beklentilerine İlişkin Dağılımlar.... 125
EK-2: Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Algılamalarına İlişkin Dağılımlar .. 137
EK-3: Beklenen Hizmet Kalitesine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi ……..… 153
EK- 4: Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi …..…. 156
EK-5: Anket Formu …..…….…. 159
EK-6: Araştırmanın Zaman ve Maliyet Planı ……..…… 168
EK-7: Belediye Hizmetlerine İlişkin Beklenti İfadeleri ……..…. 169
EK-8: Belediye Hizmetlerine İlişkin Algı İfadeleri ……..... 171
EK- 9: İzin Belgesi ……..…. 173

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Tarihsel Süreç İçerisinde Hizmet Tanımları 5

Tablo 1.2 Fiziksel Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar 9

Tablo 1.3 Fiziksel Ürünler ile Hizmetler Arasındaki Farklar 15

Tablo 1.4 Hizmetlerin Sınıflandırması 18

Tablo 3.1 Belediye Hizmetlerinden Yararlanan Bireylerin Frekans Dağılımı 70

Tablo 3.2 Cinsiyetlere Göre Dağılım 71

Tablo 3.3 Medeni Duruma Göre Dağılım 71

Tablo 3.4 Yaş Gruplarına Göre Dağılım 72

Tablo 3.5 Eğitim Durumuna Göre Dağılım 72

Tablo 3.6 Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılım 73

Tablo 3.7 Mahallelere Göre Dağılım 74

Tablo 3.8 Belediye Hizmetlerinden Haberdar Olma Durumu 75

Tablo 3.9 Belediye ile İlgili Haber Kaynaklarına Göre Dağılım 76

Tablo 3.10 Genel Memnuniyet Düzeyine Göre Dağılım 77

Tablo 3.11 Bireylerin Beklentilerine Göre Ortalamalar ve Standart Sapmalar 78

Tablo 3.12 Bireylerin Algılarına Göre Ortalamalar ve Standart Sapmalar 80

Tablo 3.13 Beklenen Hizmet Kalitesine İlişkin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett's Test Sonuçları 83

Tablo 3.14 Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett's Test Sonuçları 84

Tablo 3.15 Beklenti Boyutları ve Algı Boyutları Arasında İlişki 86

Tablo 3.16 Haberdar Olma ve Algı Değişkeni Arasında İlişki 88

Tablo 3.17 Haber Kaynağı ve Algı Değişkeni Arasında İlişki 89

Tablo 3.18 Cinsiyet İle Algı Değişkeni Arasında İlişki 90

Tablo 3.19 Yaş Değişkeni İle Algı Değişkeni Arasında İlişki 91

Tablo 3.20 Eğitim Durumu İle Algı Değişkeni Arasında İlişki 92

Tablo 3.21 Aylık Gelir İle Algı Değişkeni Arasında İlişki 93

Tablo 3.22 Medeni Durum İle Algı Değişkeni Arasında İlişki 94

Tablo 3.23 Oturulan Mahalle İle Algı Değişkeni Arasında İlişki …..…… 95
Tablo 3.24 Haberdar Olma ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ..……. 97
Tablo 3.25 Haber Kaynağı ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ……... 98
Tablo 3.26 Cinsiyet ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ……..…….. 99
Tablo 3.27 Yaş ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ……..…...…….. 100
Tablo 3.28 Eğitim Durumu ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ……..….. 101
Tablo 3.29 Aylık Gelir ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ..…...…….. 102
Tablo 3.30 Medeni Durum Ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ..……..... 103
Tablo 3.31 Oturulan Mahalle ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki ..…….. 104
Tablo 3.32 Algılanan Hizmet Kalitesi ile Genel Memnuniyet Arasındaki Korelasyon İlişkisi ….……...…….. 105
Tablo 3.33 Genel Algı Değişkeni İle Genel Memnuniyet Arasındaki Korelasyon İlişkisi …….……...…….. 107

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Hizmet Süreci ……. 7
Şekil 1.2 Fiziksel Ürün ve Hizmetlerin Soyutluk Özelliğine Göre Sıralanışı …..... 19
Şekil 1.3 Hizmet Kalitesi Algılamalarına Göre Müşteri Memnuniyeti Düzeyi 27
Şekil 2.1 Algılanan Toplam Kalite Modeli ……..…….. 41
Şekil 2.2 Hizmet Kalitesi Boyutları ……..……... 47
Şekil 2.3 Servqual Hizmet Kalitesi Modeli …….……... 51
Şekil 2.4 Hizmet Kalitesindeki Farklar …….. 52
Şekil 3.1 Araştırmanın Modeli ……. 64

KISALTMALAR LİSTESİ

a.g.e : adı geçen eser

ASQC : American Society of Quality Control (Amerikan Kalite Kontrol Derneği)

a.e : aynı eser/ yer

bkz : bakınız

t.y : basım tarihi yok

y.y : basım yeri yok

çev : çeviren

vd : çok yazarlı eserlerde ilk yazardan sonrakiler (ve diğerleri)

ed. veya haz. : editör / yayına hazırlayan

b.a : eserin bütününe atıf

Bkz. aş : eserin kendi içinde aşağıya atıf

Bkz. yuk. : eserin kendi içinde yukarıya atıf

EOQC: Europen Organization of Quqlity Control (Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu)

ISO: İnternational Standards Organization

İETT : İstanbul Elektrik, Tünel, Tramvay İşletmesi

k.g : karşı görüş

karş : karşılaştırınız

s : sayfa/ sayfalar

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences

vb: ve benzeri

GİRİŞ

Bilimin bu gün ulaştığı seviyeden yararlanarak, ulusal hedeflerin ve bölgesel gerçeklerin ışığında yurttaş memnuniyetinin sağlanması, bölge insanının işine yarayacak, ihtiyaçlarını karşılayacak bir araştırmanın yapılması hedeflenmiştir.

Belediye hizmetlerinde kalitenin yükseltilmesi hizmetlerin etkin ve verimli olarak amaca uygun yerine getirilmesi yerel yönetimlerin en önemli görevlerindendir. Öğrenmenin öneminin her geçen gün daha çok arttığı, bilginin stratejik kaynak olarak değerlendirildiği, teknoloji kaynaklı değişim ve gelişimin hız kazandığı günümüzde, insanların beklentilerinde hızlı bir değişim süreci yaşanmaktadır. Yerel yönetimler insanların beklentilerindeki bu hızlı değişime yetişmek ve hizmetlerini, kamu yararını göz önünde tutarak etkin, verimli ve hızlı çalışabilen bir sistem haline getirebilmek için bilgi temelli hizmet sürdürmek zorunda kalmaktadırlar.

Belediye hizmetlerden yararlanan bireylerin memnuniyet derecesinin ölçülebilmesi ve düzenleyici faaliyetler geliştirerek yurttaş odaklı bir hizmet sunumu için hizmet kalitesinin bilimsel olarak ölçülmesi gerekmektedir.

Hizmet kalitesini ölçmek için Servperf Hizmet Kalitesi Modeli, Algılanan Toplam Kalite Modeli, Perakende Hizmet Kalitesi Modeli (DTR), Servqual Hizmet Kalitesi Modeli gibi modeller kullanılmaktadır. Bu çalışmada, bireylerin hizmetten beklentileri ve algılamalarını belirleyerek hizmet kalitesini ölçmeye yönelik olarak geliştirilmiş olan Servqual Hizmet Kalitesi Modeli kullanılmıştır.

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin bekledikleri hizmet kalitesi ile belediyenin sunduğu hizmetin bireyler tarafından algılanması arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırmanın problemidir. Ayrıca hizmeti veren ile hizmet alanın davranışları ve kişilik özelliklerinin hizmetlerin kalitesinin ölçülmesinde ve değerlendirilmesinde göreceli sonuçlar doğurup doğurmadığı araştırılmaktadır.

Bu çalışmada, belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, belediyenin sunduğu hizmetlerden beklentileriyle, algıladıkları belediye hizmetleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı; bireylerin, sosyo-demografik özellikleriyle algıladıkları belediye hizmet kalitesi arasında anlamlı ilişki olup olmadığı;

belediyelerde öngörülen hizmet kalitesinin hangi özelliklerinin bu hizmetlerinden yararlanan bireylerin memnuniyetini sağlamada etkili olduğu; bireylerin algıladıkları belediye hizmet kalitesiyle genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı olmadığı; hizmetlerle ilgili algılamalarının beklentilerine uygunluk derecesini saptamak amaçlanmaktadır.

İstanbul'un Güngören ilçesi sınırlarında belediye hizmetlerinden yararlanan bireyler araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Elde edilen bilgiler, araştırmanın yapıldığı yere özgüdür ve sonuçları genelleme olanağı yoktur. Araştırmanın tam kütlesine ulaşma olanağı olmadığı için tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur.

Araştırmanın verileri anket yöntemi ile elde edilmiştir. Ankette Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylere sunulan hizmetin kalitesi Servqual ölçeği kullanılarak ölçülmeye çalışılmaktadır.

Ayrıca ankette, belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik, sosyoekonomik özellikleriyle birlikte belediye hizmetlerinden yararlanma oranını gösteren faktörler hakkında elde edilen bilgilerin istatistiksel analizi yapılmaktadır.

Ölçeklerin güvenilirliğine Cronbach Alpha analizi ile bakılmış ve yüksek oranlar elde edilmiştir. Faktör analizi yapılarak algılanan hizmet kalitesinin boyutları belirlenmiş ve analiz sonuçları anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin belediye hizmetlerine ilişkin beklenti ve algılamaları arasında fark olup olmadığı t- testi ile incelenmiştir. Bireylerin belediye hizmetlerine ilişin algılamalarının beklentilerinin altında kaldığı, beklenti ile algının negatif yönlü olarak birbirleriyle ilişkili olduğu saptanmıştır. Bu sonuç beklenen hizmetin karşılanamadığını, belediyenin bireylerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamada yetersiz kaldığını göstermektedir.

Araştırmaya katılmış olan bireylerin sosyo-demografik özellikleriyle algıladıkları hizmet kalitesi arasında ki ilişkilerin incelenmesinde Chi-square testlerinden (Contingency Tables) faydalanılmıştır.

Bireylerin belediye hizmetleriyle ilgili haber kaynağı ile tüm algı değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiş ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Çalışma sonuç ve öneriler kısmıyla sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET VE HİZMET KALİTESİ

Uygulamaya dönüşmeyen bilginin ve araştırmanın öneminin olamayacağı düşüncesiyle yapılan araştırma çalışmalarının ne işe yarayacağının açıklanabilmesi için hizmet ve hizmet kalitesi tarihsel süreç içerisinde ele alınmış, hizmetin tanımları özellikleri ve sınıflandırılması üzerinde durulmuştur. Hizmetin farklı boyutlarına göre tanımları yapılmıştır.

20.yy da gerçekleşen bilimsel gelişmeler teknolojide, ekonomide ve toplum yaşamında önemli değişimler meydana getirmiştir. 1980'li yıllarda hizmet sektöründe kaliteye olan ilginin gittikçe arttığı görülmektedir. Hizmet sektörünün ülke ekonomilerinde ve bireylerin yaşam standartları bakımından artan önemi kalite ilkelerinin uygulanmasını da kaçınılmaz hale getirmiştir. Deming'e göre kalite iyileştirme ilkeleri ve yöntemleri üründen ürüne, hizmetten hizmete farklılık gösterse de imalat ve hizmet sektörü için aynıdır.[1]

Belediye hizmetlerden yararlanan bireylerin memnuniyet derecesinin belirlenebilmesi ve düzenleyici faaliyetler geliştirerek yurttaş odaklı bir hizmet sunumu için hizmet kalitesinin bilimsel olarak ölçülmesi gerekmektedir. Belediye hizmetlerden yararlanan bireylerin hizmetten beklentileri ile aldıkları hizmete yönelik algılarının karşılaştırılabilmesi için beklenen kalite ve algılanan kalite üzerinde de durulmuştur.

[1] W. Edwards Deming,''Out of The Crisis'',**Cambridge University Pres**, USA. Deming,1994, s. 183.

1.1. HİZMET TANIMI, ÖZELLİKLERİ VE SINIFLANDIRILMASI

Bireylerin yaşamları sırasında karşılaştıkları çoğu fiziksel olmayan problemlerin çözümlenmesi ya da problemlerin çözümlenmesine yardımcı olan sistemlerin, faaliyetlerin belirlenmesi için hizmetin tanımı, özellikleri ve sınıflandırılması üzerinde de durulması gerekmektedir.

1.1.1. HİZMET TANIMI

20.yy meydana gelen bilim ve teknolojideki gelişme ve değişimler ekonomide, ve toplum yaşamında önemli değişimler meydana getirmiştir. Meydana gelen bu değişimler etkisiyle dünyada, ürün ve mal odaklı yaklaşımlar güncelliğini yitirmiş ve yerini hizmet odaklı yaklaşımlara bırakmıştır.[2]

> *Bell (1973) bu süreci ekonomik büyüme adımları şeklinde; endüstri öncesi, endüstri sırası ve endüstri sonrası dönemler şeklinde açıklamıştır. İlk dönem olan endüstri öncesi dönemin tarım üretimine dayalı olarak geliştiğini ve 1800'lü yılların ABD ekonomisinin bu yönde geliştiğini ve halen günümüzde birçok ülke endüstrisinin tarıma dayalı olarak gelişmekte olduğunu belirtmektedir. 1900–1950 yılları arasında yaşanan dönemi ise endüstri dönemi olarak açıklamıştır. Bu dönemde ortaya çıkan en önemli unsur mamul üretimidir ve insanların yaşam kalitesinin sahip oldukları ürün çeşitliliği ve çokluğuyla değerlendirildiği bir dönemi ifade etmektedir. 1950'lerden günümüze gelen süre içerisinde geçen dönemi ise endüstri sonrası dönem olarak tanımlamıştır. Bu dönem, hizmet endüstrisi alanında, özellikle eğitim, sağlık ve eğlence sektörlerinde ön plana çıkmakta olup, %50'den % 80'e varan hizmet üretimi ile kendini gösterirken insanların %80'e yakın bölümünün bu alanda aktif olarak faaliyette oldukları dikkati çekmektedir.*[3]

[2] Fogarty G., Catss R., Forlin C., "Measuring Service Quality with SERVPERF" Journal of Outcome Measurement, C:IV., No:1, Avustralya, 2000,s.2.

[3] Richard Metters, Kathryn King-Metters, Madeleine Pulman, Steve Walton, **Successful Service Operations Management**, ABD, 2006, s.2–3.

Tablo1.1: Tarihsel Süreç İçerisinde "Hizmet" Tanımları

DÖNEM	TANIMLAR
Fizyokratlar (-1750)	Tarımsal üretim dışındaki tüm faaliyetler
Adam Smith (1723-1790)	Somut bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetler
J.B. Say (1723- 1832)	Ürünlere fayda ekleyen tüm imalat dışı faaliyetler
Alfred Marshall(1842-1924)	Üretildiği anda varlık bulan ürünler

Kaynak: Sevgi Ayşe Öztürek, **Hizmet Pazarlaması**, Eskişehir, Birlik Ofset Yayıncılık, 2000, s.2.

İlk ekonomistler hizmetleri, ekonomiye değer katmayan üretimden kopuk çalışmalar olarak değerlendirmiştir. 18.yy'da Adam Smith yazdığı bir makalede doktorluk gibi sağlık hizmetlerini, hukuk işlerini, askeri güçleri, aracı kurumları ve tarım gibi somut çıktıları olan üretim çalışmalarını ekonomik değeri olmayan üretim olarak tanımladı. Adam Smith'in bu tanımı 19.yy sonlarına kadar Alfred Marshall'ın hizmetler hakkındaki görüşlerini açıklamasına kadar egemen düşünce olarak varlığını sürdürdü.

"*Marshall eğer soyut hizmetler olmazsa, somut hizmetlerin hiç mevcut olmayabilecekleri görüşünü kabul etti. Marshall'a göre tarımsal ürün dağıtıcısı ürünlere bir değer katar, aşırı üretimin olduğu alanlarda taşıma ve dağıtımı yapılmayan tarımsal üretim bir değer ifade etmeyecektir*."

İktisat Terimleri Sözlüğünde **Hizmet,** "Gereksinimleri karşılama ve üretildiği anda tüketilme özelliklerine sahip her türlü etkinlik" olarak tanımlanmaktadır.

Ana Britanica'da **Hizmet Sektörü** "ekonomide, elle tutulur maddi ürünler dışında her türlü yararlı çalışma ve etkinliğin üretildiği sektör" olarak tanımlanmaktadır.

Hizmet ve hizmet yönetimi kavramını ilk defa bilimsel olarak ele alan Richard Normann, 1984 yılında yazdığı kitabında, hizmetin tanımlarından birini şu şekilde yapmıştır:[4]

"Hizmetler, sosyal eylemlerin ürünleridir ve direkt olarak müşterilerle hizmet kurumlarının temsilcileri arasında gerçekleşir".

[4] Richard Normann, **Service Management. Strategy and Leadership in Service Business**, 2.Basım, New York: John Wiley and Sons Inc., 1991, s.16.

Hizmetler, soyut kavramlardır. Her hangi bir şekilde envanteri tutulamamakta, saklanamamakta, standartlaştırılamamakta, üreticiden tüketiciye doğrudan geçmekte, görsellik, nesnellik ve mülkiyet ilişkisi bulunmamaktadır.[5] Elle tutulamazlar, duyulmazlar, satış öncesi gösterilemezler.

Hizmetler, doğrudan satışa sunulan ya da ürünlerin satışıyla birlikte sağlanan yararlar veya doygunluklardır.[6] Bu tanıma göre hizmetler iki gruba ayrılabilir.

1. Fiziki ürünlerden ve diğer hizmetlerden bağımsız olarak satışa sunulan hizmetler (Avukatlık, sigortacılık vb.).

2. Fiziki hizmetlerle ve hizmetlerle birlikte satışa sunulan hizmetler (Eğitim, kredi, bakım vb.)

Gilmore, hizmeti beş farklı şekilde tanımlamıştır.[7]

1. Kurum olarak hizmet; hizmet sektöründe kâr amacı olmayan işlemlerdir.
2. Esas ürün olarak hizmet; hizmet kurumunun ticari çıktılarıdır, banka hesapları, sigorta poliçeleri gibi.
3. Ürün satışını arttırma amaçlı hizmet; örneğin kahve ikramı gibi.
4. Ürün destekleyici hizmetler; tamir hizmeti, güncelleme işlemi gibi.
5. Eylem olarak hizmet; yardım etmek, tavsiye vermek gibi bir davranıştır.

> *Önceleri, ürün satışını arttırmak amacıyla destek aracı olarak kullanılan hizmetler, zaman içerisinde önem kazandıkça hizmet dışındaki diğer disiplinler de hizmeti kendi süreçlerine almışlardır. Buna örnek olarak aşağıdaki alanlar ve bu alanlarda çeşitli çalışmalar yapmış uzmanlar verilebilir.*[8]

Hizmet sürecinde pazarlama üzerine, Bateson,1977; Berry,1980,1981; Cowell, 1984;, Grönroos, 1984; Lovelock, 1984; Parasuraman ve diğerleri, 1985 çeşitli çalışmalar yapmışlardır.

Hizmet sürecinde tüketici davranışları üzerine, Bolton ve Drew, 1991; Cadotte veTurgeon, 1988; Hill, 1986; Wilkie, 1986; Swan, 1992; çeşitli çalışmalar yapmışlardır.

---

[5] H. ASSAEL, Marketing, Sec. Ed., The Dryden Press, Orlando , 1993, p.368

[6] (Marketing Definitions; Chicago1960).

[7] Audrey Gilmore, **Services Marketing and Management**, London: SAGE Publications, 2003, s.5.

[8] Robert Johnston, "Operations: From Factory to Service Management", **International Journal Of Service Industry Management**, Vol.5, No.1 (1994), s.56.

Hizmet sürecinde insan kaynakları yönetimi alanında, Bitner ve diğerleri,1990; Bowen, 1986; Bowen ve Schneider, 1985; Czeipel ve diğerleri, 1985; Schneider, 1980 çeşitli çalışmalar yapmışlardır.

Hizmette bilgi teknolojisi ve kullanımı üzerine, Collier, 1985; Faulhaber ve diğerleri, 1986; Quinn ve Paquette, 1990; çeşitli çalışmalar yapmışlardır.

Hizmet finansmanı, hizmet-kâr analizi konuları üzerine Brignall ve diğerleri,1992; Fitzgerald ve diğerleri, 1991 çalışmalar yapmışlardır.

Hizmet ekonomisi alanında, Nicholls,1992; Quinn ve Gagnon, 1986; Riddle, 1986 çeşitli çalışmalar yapmışlardır.

Hizmetin yaşam döngüsü

Giriş aşaması. Hizmetlerin, kullanıcılar tarafından henüz tanınmadığı süreçtir.

Büyüme aşaması. Hizmetlerin, %10 oranında tanınmaya başladığı dönemdir. Bu dönemde teknolojinin ve hizmet yapısının değişim süreci devam etmektedir.

Olgunlaşma aşaması. Hizmetlerin, kullanıcıların hemen hemen hepsi tarafından tanındığı dönemdir. Bu dönemde teknoloji ve hizmet yapısı sabitleşmiştir.

Gerileme aşaması. Hizmetlerin, zayıflamaya başladığı ve kullanıcı beklentilerini yerine getiremediği dönemdir.

Hizmet süreci; girdi, süreç ve çıktı olarak Şekil 1.1' de görüldüğü gibi tanımlanabilir.

GİRDİ →	SÜREÇ →	ÇIKTI
İnsan Gücü Bilgi Teknoloji Finansman Hammadde Ekipman	Müşteri/Kullanıcı ile hizmet çalışanı arasındaki olumlu ve/veya olumsuz etkileşim	Tatmin-Tatminsizlik Memnuniyet-Memnuniyetsizlik Sadakat - Sadakatsizlik

Şekil 1. 1: Hizmet Süreci

Kaynak: Celeste P.M. Wilderom, "Service Management/Leadership:Different from Manegement / Leadership in Industrial Organisations?", **Internationa Journal Of Service Inter Industry Management,** Vol, No.1 (1991), s.7.

Hizmet Süreci, "Müşteri/kullanıcı memnuniyeti, tatmini, sadakati veya memnuniyetsizliğinin, tatminsizliğinin ortaya çıktığı soyut bir süreç" olarak tanımlanabilir.

> *S. J. Skinner, hizmeti; kişi ve makinelerin insan ve araç gayretiyle yarattığı, müşterilere doğrudan fayda sağlayan, fiziksel varlığı olmayan uğraşlar olarak tanımlamaktadır. Uygulamada hizmet, müşteriye sırf ürün veya hizmet sağlamak yerine ürünle hizmetin değişik dozlardaki bileşimi olarak sunulmaktadır. İşletmelerin büyük bir kısmı mal ve hizmet bileşimlerini müşterilerin kullanımına sunmaktadırlar.*[9]

Hizmet tanımları, hizmetlerin somut olmayıp, somut çıktıların üretiminde bir araç oldukları üzerine odaklanmaktadır. Yapılan tanımlara göre hizmetin özellikleri

1) Hizmet kavramının genel kabul görmüş bir tanımı yoktur.

2) Tanımlarda en önemli özellik hizmetlerin soyut ve dokunulmaz olduğudur.

3) Hizmetler; işletmelerin faaliyetleri sırasında ürettikleri bir fayda olabileceği gibi tüketicilere sunulan ürünler için destek olacak bir özellik de olabilir.

> *Süreç olarak ele alındığında ürün ve hizmet arasındaki farklar şu şekilde sıralanabilir.*[10]
>
> ***Girdi.*** *Hizmet üretimi sürecinde, müşterinin/kullanıcının rolü daha önemlidir. Örneğin; "deniz manzaralı bir oda olmasını tercih ederim" diyen bir müşteriye, otel görevlisinin yaklaşımı, sunulacak hizmetin alt yapısını oluşturacaktır.*
>
> ***Süreç.*** *Bir ürünün üretimi ve tüketimi aşamaları arasında bir zaman farkı vardır. Hizmetin üretimi ve tüketimi aynı zamanda olur. Örneğin; müşteriye isteğine uygun, deniz manzaralı bir oda verilirse müşteri, sunulan hizmetten memnun olacaktır.*
>
> ***Çıktı.*** *Ürün somut hizmet ise soyut bir kavramdır. Ürüne sahip olunabilir hizmete sahip olunamaz, hizmet sadece tecrübe edilebilir. Örneğin; otelde kalan müşteri, otelin sunduğu hizmetten yararlanır ama o otel ya da kaldığı odanın sahibi değildir.*

---

[9] Steven J Skinner, **Marketing,** Boston: Houghton Mifflin Company, 1990, s. 631-632.

[10] Celeste P.M. Wilderom, "Service Management/Leadership:Different from Manegement / Leadership in Industrial Organisations?", **Internationa Journal Of Service Inter Industry Management,** Vol, No.1 (1991), s.7.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry, yaptıkları çalışmaların sonucunda, hizmet ile ürün arasındaki farklılıkları aşağıdaki Tablo1.2'de gibi açıklamaktadırlar.

Tablo 1. 2: Fiziksel Ürünler ile Hizmetler Arasındaki Farklar

ÜRÜN	HİZMET	SONUÇ
Somut	Soyut	• Hizmetlerin envanteri çıkarılamaz • Hizmetler kolayca belgelenemez. • Hizmetleri ücretlendirmek zordur
Standart	Heterojen	• Hizmet dağıtımı ve müşteri tatmini, çalışana ve müşteri tutumuna bağlıdır • Hizmet kalitesi kontrol edilemeyen birçok faktöre bağlıdır.
Üretim ve tüketim ayrı	Üretim ve tüketim aynı	• Müşteriler sürece katılırlar ve etki ederler • Müşteriler birbirlerini etkilerler • Çalışanlar hizmet çıktısını etkilerler • Seri üretim zordur.
Dayanıklı	Dayanıksız	• Hizmetlerde geri dönüm ve yeniden satış imkânsızdır. • Hizmetlerde arz ve talebin aynı zamanda gerçekleşmesi çok zordur.

Kaynak: Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner ve Dwayne D. Gremler, Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, 4.Basım, New York Me Graw Hill, 2006, s.22.

1.1.2. HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ

Hizmetin kendine özgü bir takım özellikleri vardır.[11] Bu özellikler;

Hizmetin Dayanıksızlığı (Stoklanamama)

"Hizmet satıldıktan sonra, satış sonrası kullanılmak üzere, hizmeti üretenden ayrı olarak alınıp saklanabilmesi, depo edilebilmesi olanaklı değildir."[12]

Hizmetler, patent ile korunamadığı, tanıtımının yapılamadığı, envanterinin tutulamadığı, saklanamadığı, üreticiden tüketiciye doğrudan geçtiği, standartlaştırılamadığı ve mülkiyet ilişkisinin bulunmaması nedeniyle dayanıksız olarak nitelendirilir. Depolanamamaları üretildikleri anda tüketilmelerini gerektirir.

[11] G.ARMSTRONG, and KOTLER, P., *Marketing, International Edition*, Prentice Hall.2003: 306
[12] Kasım Karahan, **Hizmet Pazarlaması**, 2. Basım, İstanbul: Beta Yayınları, 2006. s.51-55.

Soyutluk (Fiziksel varlığının olmaması)

Hizmetler fiziksel boyutları olmayan ürünlerdir. Bunlar elle tutulamaz, dokunulamaz, paketlenemez, satış öncesi gösterilemez, sergilenemez, taşınamazlar, hizmetin değeri önceden ölçemez ve bir ölçü birimiyle ifade edilemezler.

"*Hizmetler önceden çok sayıda üretilemez ve saklanamazlar. Bir konserde ya da bir uçakta boş kalan koltukların saklanıp da ertesi günü satılması mümkün değildir. Diğer bir deyişle bir hizmet sunulduktan sonra tüketilmemesi durumunda ortaya çıkacak ekonomik kayıplar sonradan giderilemez.*"[13]

Eş zamanlı Üretim ve Tüketim (Ayrılmazlık)

Hizmetin üretimi ile satışı aynı zamanda gerçekleşir. Tüketici üretim sürecine katılır. Genellikle üretici ile satıcı aynı kişidir. Ulaşım, sağlık, eğitim, yemek, saç kesim hizmetleri gibi birçok hizmetlerde tüketicinin üretim sürecine katılması gerekir. Hizmetin ertelenmesi üreticiye de tüketiciye de yarar sağlamamaktadır. Örneğin ameliyat edilmesi gereken bir hastanın bekletilmesi mümkün olabilir ancak ertelenirse ameliyatın yararı azalabilir ve hatta yok olabilir.[14] Hizmetlerin bu özelliğinden ötürü, planlanan süre içerisinde kullanılmayan hizmet, hem üretici hem de tüketici için kayıp olabilmektedir.

Heterojenlik

Hizmetler birbirinden farklıdır. Hizmetler, hizmet üreticisine, hizmeti alan kişiye, yere ve zamana göre değişiklik gösterebilir. Tüketicilerin tecrübeleri, hizmeti algılamalarını doğrudan etkilemektedir. Tüketici mevcut hizmeti alırken daha önce aldığı benzer hizmetlerle karşılaştırma yapar ve ona göre karar verir. Bu açıdan standartlaştırılmaları büyük güçlük gösterir.

"Hizmetin başarısı, hizmeti sunanla hizmeti satın alan arasındaki etkileşimin türü ve gücüne bağlı olarak değişiklikler göstermektedir."[15]

---

[13] H. ASSAEL, Marketing, Sec.Ed.,The Dryden Press, Orlando,1993, p.368

[14] Murat Akın, **Sanal Hizmetlerde Hizmet Kalitesi**, 1. bsk., Gazi Kitapevi, Ankara, 2007, s.5. H. Anıl Değermen, **Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama**, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 2006, s.11.

[15] A. PALMER, "Defining Relationship Marketing: An International Perspective", *Management Decision*, 35 (4), 1997, pp.319-321.

Değişken Talep

Hizmete olan istek yıllara, mevsimlere, gün içinde bulunulan saatlere göre kısaca zamana göre değişiklik gösterebilir. Bu nedenle sunulacak olan hizmet ile sunulan hizmet arasında her zaman denge kurmak kolay olmaz. Bazen arz edilen hizmet, hizmet talebi karşısında yetersiz kalır. Bazen de hizmet talebi arz edilen hizmetten daha az olur. Bu nedenle performansın ölçülmesinde ve verimliliğin belirlenmesinde güçlüklerle karşılaşılır.

1.1.2.1. Hizmet İşletmelerinin Genel Özellikleri

Hizmetlerin kendi özellikleri nedeniyle hizmet işletmelerinin özelliklerinde de farklılıklar görülür. Bu farklılıklar;

Hizmet Yönetiminde Esneklik Yoktur. Hizmet işletmeleri, hizmetlerin dokunulamaz olması, satış öncesi tanıtımının yapılamaması, sergilenememesi, depolanamaması gibi nedenlerle, satış planları yaparlarken mevcut hizmet kapasitesini değiştirmek zorunda kalırlar. Bu değişiklikleri de genellikle kısa sürede yapamazlar. Bir otel, satışların düşmesi karşısında bazı odaları kapatarak maliyetleri düşüremez.

Emek Yoğundur. Hizmet organizasyonlarında, etkinliği sağlayan temel kaynak insan emeğidir. Modern üretim araçları ile birlikte hizmet üreticilerinin eğitimi, bilgi ve deneyimlerin artırılması ile kaliteli hizmet sunmak olanaklıdır.

Kaliteyi ve Miktarı Ölçme Olanağı Sınırlıdır. Sunulan hizmetin müşteriye vereceği memnuniyet kişiden kişiye, zamana ve yere göre değişiklik gösterebilir. Bu nedenle tüketiciye sunulan hizmetin kalitesini ölçmek sağlıklı olmaz.

Hizmetin miktarını ve standardını belirlemek zordur. Hizmetlerin standartlaştırılması olanaksızdır. Aynı kişinin üretip pazarladığı hizmetler bile birbirinden farklılık gösterir. Örneğin bir hastanede bir hekimin kaç hasta muayene ettiği, hekimin her bir hastaya ne kadar zaman ayırdığı belirlenebilir, hastalar rahatsızlıklarına göre sınıflandırılabilir. Ancak hekimin hastaların her birine sağladığı hizmet miktarını ölçmek ve hekimin kapasitesinin tam olarak ne olacağını belirleme olanağı olmayabilir. Çünkü hastaya verilen hizmet ve hastanın memnuniyeti hastadan hastaya farklılık gösterebilir.

Maliyet Hesaplamalarının Yapılması Güçtür. Hizmetin kalitesini ve miktarını ölçme olanağının sınırlı olması, taleplerin değişken olması, eş zamanlı üretim ve tüketimin olması, fiziksel varlığının olmaması ve stoklanamaması gibi nedenlerle hizmet işletmelerinde birim maliyetlerin belirlenmesi ve üretimlerin fiyatlandırılması oldukça zordur.

Pazara Yakındır. Hizmet üretimi ile tüketimi eşzamanlıdır. Hizmetler, aynı zamanda üretilip tüketildiği için hizmeti üreten ile tüketen arasında doğrudan ilişki gerekir. Hizmetin üretimi ile pazarlanması birbirinden ayrılamaz. Bu nedenle hizmet işletmeleri pazara yakın olmak zorundadır. Bu özellik, hizmet işletmelerine etkinlik alanlarını sınırlandırdığı için olumsuz bir etki yapsa da müşterilere ve rakiplere yakın olması nedeniyle bazı üstünlükler de sağlayabilir.

Hizmet Sektörünün Ekonomideki Rolü. Bilim ve teknoloji kaynaklı değişim ve gelişimin hız kazanmasıyla birlikte ortaya çıkan hizmetler önemli sektörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Mültimedya teknolojisinden, finans sektörüne, turizme kadar hizmet sektöründeki gelişmeler, ekonominin can damarlarını oluşturmaktadır. "Hizmet sektörlerinde bilgi teknolojisiyle, özellikle iletişim alanında iletişim teknolojilerinin kullanılması iletişim maliyetlerini düşürmekte ve birçok hizmetin ticari bir karakter kazanmasına neden olmaktadır."[16]

William Martin'in, müşteri hizmetlerinde kaliteyi artırmayı amaçlayan bakış açısı ile belirlediği hizmetin 10 temel özelliği:[17]

1. İnsan/Eşya Yönetimi. Sunulan hizmet daha çok insana mı, yoksa eşyaya mı (makine, ekipman, teknoloji) yönelik olduğunun belirlenmesi.

2. Yüksek Teknoloji/Düşük Teknoloji. Üretilen hizmetin sunumunda geleneksel araçlar ve/veya sistemlerin ayrıca yeni teknolojilerin kullanılıp kullanılmadığının belirlenmesi.

3. Kişisel Etkileşim. Bu özellik üç bölüme ayrılabilir.

Fiziksel etkileşim: Hizmet sürecine katılan tarafların birbirlerini görmeleri gerekiyorsa birbirleri ile kurdukları iletişimin boyutunun belirlenmiş olmasıdır.

---

[16] Kurtulmuş, 1996, s. 21

[17] William B. Martin, **Müşteri Hizmetlerinde Kalite**, İstanbul, Rota Yayınları, 1997, s. 15-17.

Ussal etkileşim: Söz konusu etkileşim, sürece katılan insanların düşüncelerini, çözümlemelerini veya kavramalarını ne kadar gerektirdiğinin belirlenmesidir.
Duygusal etkileşim: Duygusal tepki ve/veya ilişkinin seviyesi ile ilgilidir.

4. **Zaman Gereksinimi.** Hizmetin sunumu için gereken süredir.
5. **Konum.** Hizmetin sunulduğu konumdur.
6. **Karmaşıklık.** Sunulan hizmetin karmaşıklık düzeyinin belirlenmesi, sunum sistemlerinin ve müşterinin algıladığı karmaşıklık düzeyinin belirlenmesidir.
7. **Esneklik.** Hizmet sistemlerinin esnekliği ve uyarlana bilirliği. Farklı müşteri gereksinimlerini veya isteklerini karşılamak için hizmetin ayarlana bilirlik düzeyinin belirlenmesidir.
8. **İşlem başına sunulan hizmet sayısı.** Bir tek işlem sırasında hizmet sunulabilen müşteri sayısıdır.
9. **Eğitim.** Hizmetin sunulabilmesi için gereken eğitim ve / veya uzmanlık durumudur.
10. **Gözetim.** Hizmet sunumu için gereken gözetim sürecidir.

> *Hizmetlerin temel özellikleri, soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik ve dayanıksızlık olsa da bazı yazarlar bu dört özelliğin yanına ek olarak mülkiyetsizlik özelliğini de eklemektedirler. Fiziksel bir ürünü satın alan kişi o ürünün sahibi olur. Bir hizmeti satın alan kişi sadece belli bir zaman diliminde sunulan hizmetten yararlanabilir, somut bir kazancı yoktur. Ancak bir kolaylıktan, tesisten belli süre faydalanılabilir. Hizmetlerde mülkiyetin olmaması, ürünler ile hizmetler arasındaki farklardan biridir. Örneğin; araba kiralama hizmetinden faydalanmak vb. hizmet karşılığı yapılan ödeme, hizmetlerin kullanılması için yapılır.*[18]

[18] Sevgi Ayşe Öztürk, **Hizmet Pazarlaması**, Ekin Kitabevi, 5. Baskı, Ankara, 2005, s. 12.

1.1.2.2. Fiziksel Ürünler İle Hizmetler Arasındaki Farklar

Hizmetler ve ürünler arasındaki farlılık genel olarak 5 başlık altında sıralanır.[19] Soyutluk, ayrılmazlık, heterojenlik, dayanıklılık ve sahiplik.

Soyutluk özelliği bakımından fiziksel ürünler hizmetlerden farklılık gösterirler. Ürünler fiziksel varlıklardır. Elle tutulabilir, görülebilir, ölçü birimleriyle ifade edilebilir, sergilenebilirler ve tüketiciler ürünleri önceden görüp beğenebilirler.

Hizmetler fiziksel ürünlerden ayrılmazlık yönünden de farklılık gösterirler. Hizmetlerde üretim ve tüketim eş zamanlıdır. Ürünler ise üretildikten belirli bir süre sonra tüketilebilir ve pazarlanabilirler.

Hizmetler, fiziksel ürünlerden heterojenlik açısından da farklılık gösterirler. Hizmetler birbirinden çok farklılık gösterirler, aynı kişinin ürettiği hizmetler bile birbirinden farklılık gösterirler. Bu nedenle hizmetlerin standartlaşması oldukça zordur. Fiziksel ürünlerde birbirinin aynısı olan ürünler üretme ve standartlaştırma olanaklıdır.

Hizmetler dayanıklılık açısından da fiziksel ürünlerden farklılık gösterirler. Hizmetler önceden çok sayıda üretilip depo edilemez ve saklanamazlar, üretim ve tüketim eş zamanlı olur. Hizmetlerin ömürleri kısadır. Fiziksel ürünler ise çok sayıda üretilip depo edilebilir, saklanabilir, taşınabilir, uzun süre sonra üretildiği yerden farklı bir yerde tüketilebilirler.

Hizmetler sahiplik açısından da fiziksel ürünlerden farklılık gösterirler. Hizmetlerde sahiplik transfer edilemez. Ürünlerde ise sahiplik transfer edilebilir. Ürün sahibi belirli bir süre sonra sahip olduğu ürünü kullanması için başkasına devredebilir.

Bu özelliklerin dışında ürün ve hizmet arasındaki farkları aşağıdaki Tablo1.3'de gösterilmektedir.

[19] Magnus Hedlund, "Master's Thesis: Brand Development in Small Servive Company; A Case Study at Infologigr Uppen", Lulea University of Technology: Department of Business Asdministration and Social Sciences, Division of Industrial Marketing, 2003: 094 CIV, pp. 11.

Tablo 1.3: Fiziksel Ürünler ile Hizmetler Arasındaki Farklar

FİZİKSEL ÜRÜNLER	HİZMETLER
Somut	Soyut
Türdeş	Türdeş değil, heterojendir
Üretim, dağıtım, pazarlama tüketimden ayrı olur. Tüketim üretimden sonra gerçekleşir.	Üretim ve tüketim eş zamanlı süreçlerdir
Üretim, satış ve tüketim genellikle farklı yerlerde olur.	Üretim, tüketim, bazen de satış aynı yerde olur.
Bir nesne söz konusudur.	Bir faaliyet ya da süreç söz konusudur.
Temel değer fabrikada üretilir.	Temel değer, alıcı ve satıcı etkileşimlerinde üretilir.
Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmaz.	Müşteriler üretim sürecinde bulunurlar.
Stoklanabilir	Stoklanamazlar
Sahiplik transfer edilebilir	Sahiplik transfer edilemez
Ürün genellikle yeniden satılabilir	Hizmetin yeniden satışı olanaksızdır.
Ürünlerin tanıtımı olanaklıdır	Hizmetin satış öncesi tanıtımı olmaz.
Firma ile müşteri arasında dolaylı iletişim olanaklıdır.	Çoğu zaman doğrudan iletişim gereklidir.
Çoğu zaman alıcı ile satıcı arasında yakın ilişki kurulmaz.	Çoğu zaman alıcı ile satıcı arasında yakın ilişki kurulur.
Genellikle ürünlerin pazarlanmasında geleneksel dağıtım kanalları kullanılır.	Genellikle ürünlerin pazarlanmasında geleneksel dağıtım kanalları kullanılmaz
Ürün pazarları ürün çeşidine göre farklılık gösterir, bazı ürünlerde pazar dalgalı bazılarında değildir.	Hizmet pazarları mevsimlere, günlere saatlere göre önemli ölçüde dalgalanır.
Bazı ürünler devletçe denetlenir	Çoğu hizmet devletçe denetlenir
Fiziksel ürünleri kopyalamak kolaydır.	Hizmetleri kopyalamak zordur.

Kaynak: Gülnari Aymaz, "Pazarlama-Hizmet Kavramı" http://www.odew.net /pazarlama/odewnet 182. doc.

1.1.3. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI

Gelişim ve değişim içerisinde olan bilim ve teknolojiye bağlı olarak insanların ihtiyaçları, dolaysıyla hizmet sektörü de sürekli gelişim ve değişim içerisindedir. Hizmet sürecinin verimliliği açısından hizmetlerin sınıflandırılması, türlerine göre özelliklerinin ortaya konulması kalite arttırma sürecinde stratejik öneme sahip birer girdidir.

1.1.3.1. Hizmetin Genel Bir Yaklaşımla Sınıflandırılması.

Hizmetler genel bir yaklaşımla dört grupta sınıflandırılabilir.[20]

Ulaşım, haberleşme / iletişim gibi **Dağıtıcı Hizmetler,**

Bankacılık, sigortacılık, muhasebe gibi **Üretici Hizmetler,**

Sağlık hizmetleri, eğitim, kâr amacı gütmeyen kurumlar ve devlet dairelerindeki hizmetler gibi **Sosyal Hizmetler** ve bireysel ihtiyaçları karşılayan **Kişisel Hizmetler** olmak üzere dört grupta sınıflandırılabilir.

1.1.3.2. Lovelock'un Hizmet Sınıflandırması

Lovelock hizmetleri genel olarak üçe ayırmıştır.[21]

İnsana dayalı hizmetler. Hizmet kullanıcısının hizmetin üretim ve tüketim sürecine katıldığı hizmetlerdir. Hizmet kullanıcısı hizmet kurumuna kendisinin gitmesi ya da hizmet kurumunun kullanıcıya gelmesi gereken hizmetlerdir. Örnek, eğitim, sağlık, ulaşım, yeme-içme vb.

Mülkiyete dayalı hizmetler (Possession-Processing Services). Hizmetin üretim aşamasında söz konusu olan bir üründür. Örnek olarak; toptan satış yerleri, büyük mağazalar, araba tamiri, çamaşırhaneler vb.

Bilgiye dayalı hizmetler. Bilgiye dayalı hizmetlerde bilginin toplanması, depolanması ve dağıtılması söz konusudur. Örnek, bankacılık, muhasebe, eğitim, sigortacılık vb.

---

[20] Bart Van Looy, Paul Gemmel ve Rolan Van Dierdonck (Ed.), **Services Management: An Integrated Approach**, 2. Basım, London, Pearson Education Limited, 2003, s.4-5.

[21] Christopher H. Lovelock ve George S. Yip, "Developing Global Strategies for Service Businesses", **California Management Review**, Vol.38, No.2 (1996), s. 68-69.

1.1.3.3. Profesyonel Hizmetler Ve Kitle Hizmetleri

Profesyonel hizmetler ve kitle hizmetleri hakkında Rhian Silvestro, "Positioning Services Along the Volume – Variety Diaggonal" de açıklamalar aşağıya özetle alınmıştır.[22]

Profesyonel hizmetler. Profesyonel hizmetler; hizmet kullanıcısının hizmet tasarım sürecine aktif olarak katıldığı ve kendi gereksinim ve isteklerine göre hizmet sürecini şekillendirdiği hizmetlerdir. Bu tür hizmetler, diğer hizmet türlerine göre çok fazla değişkenlik gösterirler ve bu hizmetlerde hizmetin kişiselleştirilmesi öne çıkar. Buna bireysel bankacılık hizmetleri, danışmanlık hizmetleri, sigorta hizmetleri örnek verilebilir.

Kitle hizmetleri. Kitle hizmetlerinde, hizmet tasarımı müşteri katılımı olmadan yapılır ve değişkenliğin çok fazla olmadığı hizmetlerdir. Buna ulaşım hizmetleri örnek verilebilir.

1.1.3.4. Hizmet Fabrikaları Ve Hizmet Mağazaları

Hizmet fabrikaları ve hizmet mağazaları ile ilgili olarak, Rohit Verma, "An Empirical Analisisi of Management Challenges in Service Factories, Service Shops, Mass Services and Professional Services" adlı eserde şu şekilde tanımlanmıştır.[23]

Hizmet fabrikaları. İşgücü yoğunluğunun ve müşteri/kullanıcı diyalogunun az olduğu hizmetlerdir. Ulaşım, oteller, hazır yemek gibi sektörler örnek verilebilir.

Hizmet mağazaları. İşgücü yoğunluğunun az ancak müşteri / kullanıcı diyalogunun fazla olduğu hizmetlerdir. Bilgi-Belge yönetimi örnek verilebilir.

---

[22] Rhian Silvestro, "Positioning Services Along the Volume – Variety Diaggonal",**International Journal of Operaitons & Production Management**, Vol.19, No.4 (1999), s. 402-408.

[23] Rohit Verma, "An Empirical Analysisi of Management Challenges in Service Factories, Service Shops, Mass Services and Professional Services", **International Journal of Service Industry Management**, Vol.11, No.1 (2000), s. 13-14.

1.1.3.5. Hizmet Yönetimi

Hizmet Yönetimi konusunda çalışmalar yapmış olan James A. ve Mona J. Fitzsimmons'un yaptıkları hizmet sınıflandırması Tablo 1. 4' de gösterilmiştir.
Finans, finansal, kiralama, sigortacılık gibi hizmetleri katma değer yaratan hizmetler; Haberleşme, ulaşım, kamu hizmetleri, bankacılık gibi hizmetleri altyapı hizmetleri; Finansman, muhasebe gibi hizmetleri kurum içi hizmetler; Toptancılık, tamirat, perakendecilik gibi hizmetleri dağıtım hizmetleri; Sağlık hizmetleri, restoranlar, konaklama, oteller gibi hizmetleri kişisel hizmetler; Danışmanlık, denetleme, reklamcılık gibi hizmetleri ticarî hizmetler; Askerî hizmet, eğitim, hukukî hizmetler, emniyet, itfaiye hizmetlerini kamu hizmetleri olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 1.4: Hizmetlerin Sınıflandırması

Katma değer yaratan hizmetler	- Finans - Finansal - Kiralama - Sigortacılık
Altyapı hizmetleri	- Haberleşme iletişim - Ulaşım - Kamu hizmetleri - Bankacılık
Kurum içi hizmetler	- Finansman - Muhasebe
Dağıtım hizmetleri	- Toptancılık - Perakendecilik - Tamirat
Kişisel hizmetler	- Sağlık hizmetleri - Restoranlar - Konaklama, oteller
Ticarî hizmetler	- Danışmanlık - Denetleme - Reklamcılık
Kamu hizmetleri	- Askerî hizmet - Eğitim - Hukukî hizmetler - Emniyet - İtfaiye hizmetleri

Kaynak: James A. Fitzsimmons ve Mona J. Fitzsimmons, **Service Management**,4.Basım, NewYork: McGraw Hill, 2004, s.5.

1.1.3.6. Fiziksel Ürün Ve Hizmetlerin Somut Ve Soyut Özelliklerine Göre Sınıflandırılması

Somut ve soyut olarak tüm ürünler birlikte ele alınırsa; fiziksel ürünler veya saf ürünlerden, soyut ürünler olarak saf hizmetlere doğru bir sıralama yapılabilir.

Şekil 1.2' de görüldüğü üzere bir uçta saf ürünler, diğer uçta ise saf hizmetler bulunmaktadır. Her iki uç arasında ürün ile hizmetin değişik karmaları bulunur.[24] Fiziksel Ürün ve Hizmetlerin Soyutluk Özelliğine Göre Sıralanışı Şekil 1.2'de gösterilmiştir.

Saf ürünler	Ürün ve hizmetler		Saf hizmetler
Kitap, radyo vb.	Konfeksiyon, elbise tamiratı vb.	Otomobil, havayolu seyahati vb.	Sigorta, Eğitim, Danışmanlık vb.

Şekil 1. 2: Fiziksel Ürün ve Hizmetlerin Soyutluk Özelliğine Göre Sıralanışı

Kaynak: İsmet Mucuk, **Pazarlama İlkeleri**, 13. Basım, İstanbul, Türkmen Kitapevi, 2001, s. 286.

1.1.3.7. Hizmet Ticareti Genel Anlaşması Kapsamında Hizmet Sektörlerinin Sınıflandırması

Dünya Ticaret Örgütü'ne üye ülkeler, Hizmet Ticareti Genel Anlaşması kapsamında verdikleri taahhüt listelerinde genel olarak Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan sınıflandırma listesini (Central Product Classification-CPC) kullanmaktadır. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı tarafından aşağıdaki sınıflandırma hazırlanmıştır.[25]

1. Mesleki Hizmetler

a. Uzmanlık gerektiren hizmetler. Hukuk, muhasebecilik, Vergi, Mimarlık, Mühendislik, Şehir planlama ve Peyzaj mimarlığı, Tıp ve Diş hekimliği, Ebelik, Hemşirelik, Fizyoterapistlik, Veterinerlik ve Sağlık hizmetleri**,** Bilgisayar ve ilgili hizmetler, Araştırma ve Geliştirme Hizmetleri, Emlakçılık Hizmetleri.

[24] İsmet Mucuk, **Pazarlama İlkeleri**, 10. Basım, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 1998, s.285-286..
[25] http://www.hazine.gov.tr/gats/index.htm

b. Kiralama ve Leasing Hizmetleri. Deniz taşıtları, Hava taşıtları, Diğer taşımacılık ekipmanlarına ilişkin hizmetler, Diğer makine ve ekipmanla ilgili hizmetler, Kiralama ve Leasing ile ilgili diğer hizmetler.

c. Diğer Mesleki Hizmetler. Piyasa araştırması ve kamuoyu yoklaması hizmetleri, Reklam hizmetleri, Yönetim danışmanlığı hizmetleri, Tarım hizmetleri Avcılık hizmetleri, Madencilik hizmetleri, İmalat sektörüne ilişkin hizmetler, Enerji dağıtımına ilişkin hizmetler, Personel istihdam hizmetleri, Soruşturma ve güvenlik hizmetleri, İlgili bilimsel ve teknik danışmanlık hizmetleri, Bina temizlik hizmetleri, Fotoğrafçılık hizmetleri, Paketleme hizmetleri, Basın yayın hizmetleri, Toplantı hizmetleri olarak gruplandırılmıştır.[26]

2. Haberleşme Hizmetleri

Posta Hizmetleri, Kurye hizmetleri, Telekomünikasyon Hizmetleri, Audivisual Hizmetler (Hareketli görüntü, videoteyp üretimi ve dağıtımı hizmetleri, Hareketli görüntü projeksiyon hizmetleri, Radyo ve Televizyon Hizmetleri, Ses kayıt hizmetleri ve Diğer Haberleşme Hizmetleri).

3. Müteahhitlik ve İlgili Mühendislik Hizmetleri

4. Dağıtım Hizmetleri. Franchising hizmetleri, Komisyonculuk, Toptan ve Perakende ticaret hizmetleri.

5. Eğitim Hizmetleri

6. Çevre Hizmetleri. Kanalizasyon, Çöplerin kaldırılması, Sağlık koruma ve benzeri hizmetler.

7. Mali Hizmetler. Tüm sigortacılık ve sigortacılığa bağlı hizmetler, bankacılık ve diğer mali hizmetler.

8. Sağlık ve Sosyal Hizmetler. Hastane hizmetleri, diğer insan sağlığı hizmetleri ve Sosyal Hizmetler.

9. Turizm ve Seyahat ile ilgili Hizmetler

10. Eğlence, Kültür ve Spor Hizmetleri

11. Ulaştırma Hizmetleri. Deniz, İç suyolları, Havayolu, Uzay, Demiryolu, Karayolu, Boru hattı taşımacılıkları ve tüm taşımacılık sektörlerine yönelik yardımcı hizmetler.

[26] . http://www.hazine.gov.tr/gats/index.htm

1.2. HİZMET KALİTESİ

Dünyada meydana gelen bilimsel ve teknolojik değişmeler toplumları doğrudan etkilemektedir. Her bilimsel ve teknolojik değişim yerini yenisine bırakarak toplum yaşantısında sürekli değişerek gelişen yeni hizmet alanları oluşturmaktadır. Bu değişimler toplumlara sunulan hizmetin daha da kaliteli olmasını gerektirmektedir. Kalite ve hizmet kalitesi üzerinde durmak gerekmektedir.

1.2.1. KALİTENİN TANIMI VE ÖNEMİ

Kalite ile ilgili ilk açıklamayı yapan araştırmacılardan birisi Plato'dur. Plato kaliteyi, belirsiz bir hissiyatı açık bir düşünceye dönüştürmek şeklinde açıklamıştır. Bu tanımlamayı Cicerro daha da geliştirerek "Qualitas" adını vermiştir.[27]

Kalite, 20. yy. ın ilk yarısından başlayarak günümüze kadar değişen koşullara göre farklı görüşler tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. 21. yy da ortak görüş, kalite kavramının müşteri istek ve beklentilerinin karşılanması şeklinde ifade edilmiştir.

Türk Dil Kurumu'nun belirlemiş olduğu kelime anlamı ise "Bir ürünün bilinen en iyi özellikleri bünyesinde taşıması durumu" şeklinde tanımlanmıştır.[28]

Kalite, göreceli ve soyut bir kavramdır. Bir ürünün kalitesinden söz edilirken, belli özelliklere ve standartlara sahip olması, o ürünün kaliteli olarak nitelendirilmesi açısından yeterlidir. Kalite, beklentilere uygunluk derecesidir.

Kalite, tüketici tatmininin ayırt edici özelliği olarak da tanımlanabilir.

Kalite, Japonlar tarafından bir pazarlama felsefesi olarak geliştirilmiştir. Fiyat, fonksiyon ve kullanım amacına uygunluk özelliklerini kapsamaktadır.

Japon felsefesine göre kalite; "sıfır hata" dır. Hizmet kurumlarında ise "kalite"; sağlanan hizmetin müşterinin beklentilerini karşılamasının ölçütüdür.[29]

---

[27] 2008 Quality Management Text Manuscript, çevrimiçi: http://www.shsu.edu/~mgt_ves/mgt481/Chapter1.pdf., erişim tarihi: 12.03.2009.

[28] Türk Dil Kurumu, çevrimiçi: http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=kalite&ayn=tam, erişim tarihi: 12.03.2009.

[29] Abby Ghobadian, Simon Speller ve Matthew Jones, "Service Quality-Concepts and Models", **The International Journal of Quality & Reliability Management**, Vol.11. No.9 (1994), s.47.

Kalite, kurumların hizmet verdikleri alanlara, ürünlere, hizmet türlerine ve ürün ve/veya hizmetin hitap ettiği müşteri/kullanıcı kitlesinin özelliklerine, beklenti ve ihtiyaçlarına göre değişiklik göstermektedir. Kalite, ülkeden ülkeye, hayat standartları, gelenekler, toplumsal değer yargıları, kültür ve eğitim gibi pek çok etken tarafından etkilenmektedir.

Juran kaliteyi "kullanıma uygunluk" olarak tanımlamaktadır.[30]

Deming kalitenin birkaç farklı tanımını yapmıştır. İlk tanıma göre kalite; "işletmelerin ürettiği ürün ve performansının kalite spesifikasyonlarına uygun olması" dır. Diğer tanıma göre "tüketicinin işletmenin ürettiği ürün ya da hizmet hakkındaki yargısı" dır.[31]

İshikkawa kaliteyi dar anlamda "ürün kalitesi" olarak geniş anlamda ise "kalite, iş kalitesi, işetişim kalitesi, proses kalitesi, işçiler, mühendisler, idareciler ve yöneticiler dahil insanların kalitesi, sistem kalitesi, firma kalitesi, hedeflerin kalitesi vb.dir" şeklinde tanımlamaktadır.[32]

Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC)'na göre kalite "belirli bir malın veya hizmetin, müşteri isteklerine uygunluk derecesidir."[33]

Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQC)'ne göre kalite "bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan özeliklerin tümüdür."

ISO 8402 Kalite Sözlüğünde ve ISO 9000 Serilerinde ise kalite "açıkça belirtilen ve ifade edilmemiş gizli ihtiyaçları tatmin edebilme konusunda bir yeteneğe sahip olan mal ve/veya hizmetlerin özellik ve karakteristiklerinin görülebilir, ayrıca niteliklerinin toplamıdır" şeklinde tanımlanmıştır.[34]

Literatürde kalite kavramının genel olarak beş kategoride ele alındığı söylenebilir. Bu kategoriler şunlardır;[35]

---

[30] J. M. Juran, **Juran`s Quality Control Handbook**, 4th Edition, Ed. By Juran and Frank M. Gryna, Mc Graw Hill. Co., New York, 1988, s.22'den aktaran Arıkboğa, a.y., s. 59.

[31] W. Edwards Deming, **Krizden Çıkış**, çev. Cem Akaş, İstanbul, Kalder Yayınları, 1998, s. 137.

[32] Kaoru Ishikawa, **Toplam Kalite Kontrol**, İstanbul, Kalder Yayınları No. 7, 2. Baskı, 1997, s. 47.

[33] İrfan Ertuğrul, **Toplam Kalite Kontrol ve Teknikleri**, İstanbul, Ekin Kitabevi, 2004, s. 6.

[34] H. Anıl Değermen, **Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Hizmet Kalitesi ile Müşteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2006, s. 16.

[35] Richard Metters, Kathryn King Metters ve Madeleine Pulman, **Successful Service Operations Management,** Canada, Thomson South Western, 2003, s.134-135.

1. Üstünlük. Bu kategoriye göre kalite, doğal bir mükemmelliktir ve sadece deneyim ile fark edilebilir.

2. Ürün Merkezlilik. Bu kategoriye göre kalite, ölçülebilir niceliklerden oluşur.

3. Müşteri / Kullanıcı Merkezlilik. Bu kategoriye göre kalite, müşterinin / kullanıcının deneyimleri sonucu oluşan düşünceleri ve hisleridir.

4. Üretim Merkezlilik. Bu kategoriye göre kalite, üretim sürecinin bir çıktısıdır.

5. Değer Merkezlilik. Bu kategoriye göre kalite, uygunluk ve performans ile makul bir fiyat arasındaki dengedir.

Kalite türleri ile ilgili olarak U. Lehtinen ve J.R. Lehtinen ile B. Edwardsson tarafından çalışmalar yapılmıştır.

Lehtinenler, üç tür kaliteden bahsetmektedir.

1. Fiziksel kalite. Hizmetin fiziksel özellikleri ile ilgili kalitedir.

2. Kurum kalitesi. Kurumun imajı ve itibarı ile ilgili kalitedir.

3. İnteraktif kalite. Hizmet personeli ile müşteriler arasındaki ilişkiler ile ilgili kalitedir.[36]

Edwardsson, dört tür kaliteden bahsetmektedir.

1. Teknik kalite. Personel yetenekleri ve hizmetin tasarımı ile ilgilidir.

2. Bütünleyici kalite. Hizmet sisteminin farklı parçalarının bir arada çalışabilmesi ile ilgili kalitedir.

3. Fonksiyonel kalite. Hizmetin dağıtımı ile ilgili kalitedir.

4. Çıktı kalitesi. Sürecin son basamağı ile ilgili olarak, müşterinin/kullanıcının ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmadığı ile ilgili kalitedir[37].

Malcolm Baldridge'e göre kalitenin boyutlarını, [38] Liderlik, Stratejik planlama, Müşteri ve pazar odaklı olma, Bilgi ve analiz, İnsan kaynakları gelişimi ve yönetimi, Süreç yönetimi ve İşletme sonuçları olarak belirlemiştir.

Kalite kavramı farklı disiplinlere göre de açıklanmaya çalışılmıştır

Pazarlama biliminde kalite, müşteri istek ve beklentilerine yanıt verebilmek olarak tanımlanmaktadır.[39]

---

[36] A.Parasuraman,"Customer Service in Business to Business Markets: An Agenda for Research",**The Journal of Business&Industrial Marketing**, Vol.13. No.4/5, 1994, s.313.

[37] J. Cox, B.G. Dale, "Service Quality and E-Commerce: An Exploratory Analysis", **Managing Service Quality**, Vol.11, No.2, 2001, s.124.

[38] Canan Çetin, Besim Akın, Vedat Erol, **Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemi**, Beta Basım A.Ş., 2. Baskı, İstanbul, 2001, s. 707.

Ekonomide kalite, ekonomide kâr hedefleri ve pazar dengeleri; kalitenin ölçülmesi, parasal değerlere dönüştürülmesi alanlarında incelenmiştir.[40]

Üretim yönetimi bilimi, kontrol aşamasında hataların ortadan kaldırılması ve işleyişin kontrolü ile iyileştirmeler yapılarak ürün veya hizmette kaliteye ulaşılabileceği ortaya çıkmıştır.[41]

Bu tanımlardan yola çıkarak kalite, müşterilerin gereksinim duydukları her an ve her yerde var olması gereken göreceli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla hizmet ham maddesinin satın alma işleminden sunumuna kadar geçen süreçlerde kalite kaçınılmaz olmakta ve işletmelerin hedeflerini kaliteli hizmet sunma davranış ve uygulamaları olarak planlamaları gerekmektedir.

1.2.2. HİZMET KALİTESİ

Tüketicilerin bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesinin karşılaştırılması esasına dayanmaktadır. Öncelikle beklenen kalite ve algılanan kalite üzerinde durmak gerekmektedir.

1.2.2.1. Beklenen Kalite

> *Beklentiler, müşterilerin/bireylerin ürün veya hizmet hakkında geçmiş deneyimlerine, medya, reklam, satış elemanları ve diğer müşterilerden duydukları bilgilere göre şekillenir. Müşterileri beklentileri, ürün veya hizmetin ne kadar iyi kalite göstereceği ile ilgili değerlendirmeleri etkiler.*[42] *Bir hizmet satın alan müşterinin alacağı hizmetten beklentileri olur. Müşteri beklentileri, hizmet sunumunun değerlendirilmesinde ortaya çıkan ve müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda belirlenen hizmet sunum sürecidir. Müşteri hizmet kalitesini değerlendirirken beklentileri sayesinde almış olduğu hizmeti değerlendirir ve bir sonuca varır.*[43]

---

[39] Kavuncubaşı, Kısa, **a.g.e.**, s.225.

[40] Serap Baycan Kamçı, "Hastanelerde Verimlilik ve Kalite Sistemi Cumhuriyet Üniversitesi Araştırma Hastanesi Örneği", Sivas, 2003, s.29., Muhittin Şimşek, **Toplam Kalite Yönetimi**, 5. bs., Alfa Basım, İstanbul, 2007, s.22.

[41] Uğur Bulgan, Gültekin Gürdal, "Hizmet Kalitesi Ölçülebilir mi?:ÜNAK'05 Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması", İstanbul, 2005, s.15.

[42] **Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi**, Ocak, 2007.

[43] Değermen, **a.g.e.**, s. 18.

Kıngır vd. müşteri beklentileri oluşturan ve etkileyen faktörleri; Geçmiş deneyimler, Kişisel ihtiyaçlar, Kulaktan kulağa iletişim ve Dış iletişim kanalları olmak üzere dört başlık altında toplamışlardır.[44]

1. Geçmiş deneyimler. Müşterinin benzer hizmeti daha önce denediğini gösteren bir faktördür. Geçmiş deneyimler sonucu ortaya çıkan deneyimlerdir. Tüketicilerin daha önceki alışverişlerinden elde etmiş olduğu memnuniyet yükseldikçe, gelecekteki memnuniyet düzeylerindeki beklentilerinin de yüksek olacağı düşünülür.

Sonuç olarak ‘‘çıta yükselir’’ ve müşteriyi memnun etmek daha da zor olur. Müşterilerin beklentileri statik değildir ve yaşanan yeni şeyler ile değişir.[45]

2. Kişisel ihtiyaçlar. Fiziksel ve ruhsal refahları için gerekli unsurlar olarak tanımlanmaktadır. Örneğin; Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ihtiyaçlar: Fizyolojik ihtiyaçlar, Güvenlik ihtiyacı, Sosyal ihtiyaçlar, Kendini gösterme ihtiyacı ve Kendini tamamlama ihtiyacı olarak beş başlık altında toplanmıştır.

a) Fizyolojik ihtiyaçlar, bireylerin yemek, su, uyku gibi yaşamsal ihtiyaçlarıdır.
b) Güvenlik ihtiyaçları, can ve iş güvenliği ile tehlikelerden korunma ihtiyacıdır.
c) Sosyal ihtiyaçlar, bir gruba ait olma ihtiyacı.
d) Kendini gösterme ihtiyacı, daha soyut bir ihtiyaçtır. Tanınma ve prestij kazanma ile kendine güven duyma ihtiyacıdır.
e) Kendisini tamamlama (Kendisini gerçekleştirme) ihtiyacı, sahip olunan potansiyeli geliştirme ve yaratıcılık ile ilgilidir.[46]

3. Kulaktan kulağa iletişim. Beklenen kaliteyi etkileyen unsurlardan biridir. Bu haberleşme; işletmenin kendisinden çok, müşterilerce yapılan ve hizmet kalitesi ile ilgili olarak müşterinin beklentilerini şekillendiren bir faktördür.[47]

4. Dış iletişim kanalları. Hizmet işletmesinin müşterisi ile olan iletişimini ifade etmektedir. İşletmenin sürdürdüğü reklam, doğrudan pazarlama, satış kampanyaları ve halkla ilişkilerdir.

---

[44] Kahraman Çatı, Ayşim Uslu, **Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi**, Ed. Kahraman Çatı, Abdurahman Baydaş, Asil Yayın Dağıtım, Baskı- 2008, s. 140.
[45] Çatı ve Uslu, **a.e.**
[46] Tamer Koçel, **İşletme Yöneticiliği**, Genişletilmiş 9. Baskı, İstanbul, Beta Basım A.Ş., 2003, s. 639.
[47] **A.e.**, s.22

Zeithaml ve Bitner müşteri beklentilerini etkileyen bu dört faktöre imajı da eklemiş ve müşteri beklentilerini etkileyen faktörleri beş başlık altında toplamıştır.[48] Geçmiş deneyimler, Kişisel ihtiyaçlar, Kulaktan kulağa iletişim, Dış iletişim kanalları ve İmaj.

İmaj. İmaj organizasyonların ekonomik çıkarlarını doğrudan etkileyen müşteri beklentilerini şekillendiren bir düzeye ulaşmıştır. İmaj, bir ürünün, bir markanın, politik kişiliğin ya da ülkenin kamudaki algılanması ya da görünümüdür.[49] İmaj, bir iletişim aracıdır. Kim olduğunuzu, ne yaptığınızı, işin ne kadar ehli olduğunuzu anlatmanızı sağlayan bir reklam panosudur.[50]

İmaj, bir işletmenin göstermiş olduğu performans sonucu biçimlenen bir faktördür. Müşteriler tarafında atfedilen değer işletmelerin imajını oluşturur.[51]

Beklenen Kalite Kavramını Hoffman ve Bateson "uzun dönemli bir performans değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan bir tutum" olarak tanımlamaktadır.[52] Beklenen Kalite Kavramını Zeithaml, "müşterinin bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısıdır" şeklinde tanımlamaktadır.[53]

Müşteri memnuniyeti tüm pazarlama eylemlerinin odak noktasıdır. Pazarlamacı, tüketicinin ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetlerle ilgili vaatlerde bulunur. Tüketici de bu vaatleri, kendisine yapılan tavsiyeleri, geçmiş deneyimlerini ve kişisel ihtiyaçlarını da düşünerek iki türlü bekleyiş içinde olur. Bunlardan biri tüketicinin arzuladığı kalite diğeri ise tüketicin makul düzeyde beklediği kalitedir.

1.2.2.2. Algılanan Kalite

Algılanan kalite, tüketicilerin ürünleri satın aldıktan sonra fiziksel ürün ve/veya hizmetlerin kalitesi ile ilgili ihtiyaçları karşılama ve güvenilirlik açılarından ne düşündüğüdür. Algılanan kalite, tüketicinin ürün veya hizmeti satın almadan önce o ürün ve hizmetten bekledikleri kalite ile satın alma ve kullanma aşamasından sonra

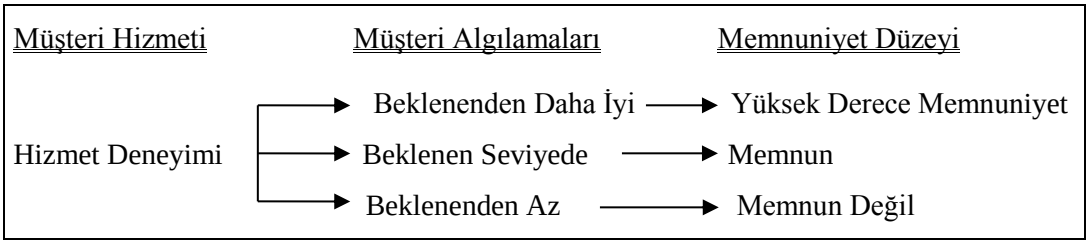
---

[48] Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, **Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm**, Second Edition, Boston, McGraw-Hill Inc., 2000, s. 55.
[49] Uztuğ, Ferruh,Siyasal Marka, Seçim kampanyaları ve Aday İmajı, MediaCat, Ankara, 1999,s.138.
[50] Linkemer, Bobbi, Profesyonel İmaj Yaratmak, 1997,s.13.
[51] **A.e.,** s.21
[52] Hoffman ve Bateson, 1997:298; Akt: Aydın, 2007, s.1111
[53] Robledo, 2001: 23

ürün veya hizmetten bekledikleri kalitenin ne kadarını alabildiklerini düşünmeleriyle ilgili bir kavramdır. Bireyler ürünleri/hizmetleri satın almadan önce bazı beklentiler içerisine girerler, ancak satın alama işleminden sonra bu beklentilerin tam olarak karşılanmadığı ortaya çıkabilir. Bu durumda müşterilerin satın aldığı ürün veya hizmetin kalitesi hakkında bir takım yargıları oluşur, bu yargılar algılanan kaliteyi tanımlar. [54]

Zeithaml, algılanan hizmet kalitesini *''müşterinin bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısı olarak''* tanımlamaktadır.[55] Algılanan kalite bireyden bireye göre farklılıklar gösterebilir. Bazı bireyler sunulan hizmet kalitesinden memnun olurken, aynı hizmetten memnun kalmayanlar da olabilir. Müşterilerin algılarını çeşitli faktörler etkilemektedir. *Örneğin,* müşteri hizmet konusunda bir deneyime sahip değilse, hizmeti genellikle fiyat, marka imajı, satış yeri vb. ipuçlarına bakarak değerlendirmektedir.[56]

Dolayısıyla, müşteri, hizmet ile ilgili pek çok faktörü birlikte algılayarak kaliteye bir anlam vermektedir. Bu durumda da müşterinin kalite algılamalarına etkileyen üç önemli memnuniyet düzeyi ortaya çıkmaktadır.[57]



Şekil 1.3: Hizmet Kalitesi Algılamalarına Göre Müşteri Memnuniyet Düzeyi

Kaynak: Yavuz Odabaşı, **Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi**, 4. Baskı, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 2004, s. 93'den uyarlanmıştır.

---

[54] Çatı ve Uslu, **a.g.e.,** s.142.

[55] A. Ghobadion, S. Speller, M. Sones, ''Service Quality: Conseptsand Models'', **İnternational Journal of Quality & Reliability Management**, 11(9), 1994, s. 50.

[56] Leyla Şentürk Özer, ''Hizmet Sektöründe Müşteri Tatmini Rusya Federasyonu Vatandaşlarının Türkiye'ye Seyahatlerine İlişkin Algılanan Hizmet kalitesi ve Müşteri Tatmini Ölçümü'', **Hacettepe Üniversitesi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 1998, s. 22.

[57] Yavuz Odabaşı, **Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi**, 4. Baskı, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 2004, s. 93.

1.2.2.3. Hizmet Kalitesinin Tanımı

Hizmet kalitesi, *"müşteri beklentilerini karşılamak için üstün ya da mükemmel bir hizmetin verilmesi"* şeklinde tanımlanmaktadır.[58]

Hizmet kalitesi, "bir kuruluşun müşteri beklentilerini karşılayabilme ya da onu geçebilme yeteneği" olarak ifade edilmektedir.[59]

Tüketicinin hizmet kalitesi, tüketicinin tatmin olma düzeyi ile açıklanır ve tüketicilerin hizmetten beklentileri ile algılamaları arasındaki farktır.

Tüketicilerin hizmetten beklentileri ile hizmete yönelik algılarının karşılaştırılması esnasına dayanarak yapılan tanıma göre;

Beklenen Hizmet (BH) > Algılanan Hizmet (AH)

Beklenen hizmet, algılanan hizmetten büyük olursa tüketici tatmin olmamış ve hizmet kalitesi olumsuz demektir.

Beklenen Hizmet (BH) = Algılanan Hizmet (AH)

Beklenen hizmet, algılanan hizmete eşit ise algılanan kalite tatmin edici olur.

Beklenen Hizmet (BH) < Algılanan Hizmet (AH)

ise tüketici tatmin olmuş ve hizmet kalitesi olumlu demektir.

> *Tüketici tarafından algılanan kalitenin ideal kalite olarak kabul edilmesi için; beklenen hizmetin algılanan hizmetten küçük olması gerekmektedir.*[60]
>
> *Hizmet kalitesi, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermek ise müşteri beklentilerinin* karşılanabilmesidir.[61]

---

[58] Yavuz Odabaşı, **Satış ve Pazarlama Müşterileri İlişkileri Yönetimi**, Ankara, Sistem Yayıncılık, 2000, s. 93.

[59] Sevgi Ayşe Öztürk, "Hizmet İşletmelerinde Kalite Boyutları ve Kalitenin Artırılması", **Verimlilik Dergisi**, Ankara, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Sayı 2, 1996, s. 66.

[60] Parasuraman vd. 1985; 48-49

[61] Bozdağ vd, 2003, s.4.

Sonuç olarak hizmet kuruluşları, işletmeler müşterilerin/ yurttaşların istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kaliteli hizmet sunabilmenin şartlarını yerine getirmeleri gerekmektedir. Kamu kurumlarının da işletmeler gibi etkin ve verimli çalışmalarında bilgi ve bilgi yönetimi çok önemli bir rol oynar hale gelmiştir. Belediyelerinde bilimsel ve teknolojik değişime uyum sağlamaları, bu amaçla inovasyon çalışmalarına ağırlık vermeleri gerekmektedir.

Bilimsel ve teknolojik bulguları ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüre bilmeleri, bölge insanının işine yarayacak, ihtiyaçlarını karşılayacak çalışmalar içinde olmaları gerekmektedir.

Bu bölümde, hizmetin tanımları, özellikleri, hizmetin ekonomideki rolü, fiziksel ürün sektörleri ile hizmet sektörleri arasındaki farklar açıklanmaktadır. Hizmet sınıflandırmaları, Profesyonel Hizmetler, Kitle hizmetleri, Hizmet Fabrikaları, Hizmet Mağazaları ve Hizmet yönetimi üzerinde durulmaktadır. Ayrıca fiziksel ürün ve hizmetlerin somut ve soyut özelliklerine göre sınıflandırılması ve Hizmet Ticareti Genel Anlaşması kapsamında hizmet sektörlerinin sınıflandırılmasından söz edilmektedir.

Hizmet Kalitesi tanımları ve önemi Beklenen Kalite ve Algılanan Kalite üzerinde durulduktan sonra Hizmet Kalitesinin tanımı yapılmaktadır. Hizmetin kendine özgü, soyutluk, stoklanamama, standartlaştırılamama, üretim ve tüketimin eş zamanlı olması gibi özellikleri nedeniyle hizmet işletmelerinin özellikleri de (hizmet yönetiminde esneklik olmaması, emek yoğun olması, kaliteyi ölçme olanağının sınırlı olması, maliyet hesaplamalarının yapılmasının zor olması, genellikle pazara yakın olması, hedef pazarın tanımlanmasının zor olması) gibi nedenlerle farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklardan dolayı hizmet kalitesinin ölçümünde de bir standart ortaya konulamamış ve farklı modeller geliştirilmiştir.

Hizmet kalitesinin boyutları, ölçümü ve belediyelerde hizmet kalitesine ikinci bölümde yer verilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

HİZMET KALİTESİNİN BOYUTLARI, ÖLÇÜMÜ VE BELEDİYELERDE HİZMET KALİTESİ

Bu bölümde hizmet kalitesinin boyutları, kamu hizmeti, kamu hizmetinde kaliteyi etkileyen faktörler ve kamu hizmetinde memnuniyet düzeyini etkileyen faktörler üzerinde durulmaktadır. Belediyelerde hizmet kalitesi ve hizmet kalitesi boyutlarının belediye hizmetlerine uyarlanması yapılmakta ve belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin memnuniyeti üzerinde durulmaktadır.

Hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan başlıca modellerden Algılanan Toplam Kalite Modeli, Servperf Hizmet Kalitesi Modeli, Perakende Hizmet Kalitesi Modeli ve yaygın olarak kullanılan Servqual Hizmet Kalitesi Modelleri açıklanmaktadır.

Servqual Hizmet Kalitesi Modelinde kaliteyi etkileyen farklar, bu modele yöneltilen eleştiriler ve hizmet kalitesi ölçümünde karşılaşılan güçlükler üzerinde de durulmaktadır.

2.1. HİZMET KALİTESİNİN BOYUTLARI

Hoffman ve Bateson'a göre hizmet kalitesi, "uzun dönemli bir performans değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan bir tutum" şeklinde açıklanmıştır.[1]

Zeithaml ve Berry tarafından yapılan tanıma göre hizmet kalitesi, "müşteri beklentileri ile algılamaları arasındaki farkın ölçülmesi" olarak tanımlamışlardır.[2]

[1] Ali Eren, Çetin Bektaş, A. Şahin Görmüş, "Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama", C:44., No:514, Finans Ekonomik Politik Yorumlar, İstanbul, 2007, s.78.

[2] Değermen, **a.g.e.**, s.22.

Christian Gronroos, toplam hizmet kalitesini etkileyen üç önemli boyutun olduğunu bunların da **Teknik kalite, Fonksiyonel kalite ve Firma imajı** olduğunu belirtmektedir.[3]

Lehtinen, araştırmalarında hizmet kalitesini Fiziksel kalite (Physical qality), Firma kalitesi (Corporate qality) ve Etkileşim kalitesi (İnteractive quality) olmak üzere üç ayrı boyutta inceler.[4]

Hizmet kalitesinin belirlenmesinde on adet boyut olduğu tespit edilmiştir. Bu boyutlar:

1. **Güvenilirlik (Realiability).** Hizmetin yapılması gerektiği gibi ilk seferde yerine getirebilme becerisidir. Hizmetin iş gereklerine uygun olarak gerçekleştirilme derecesini açıklar. Çeşitli iş ve işlemlerde hata yapılmaması, yönetmeliklere uygunluk vb. durumları kapsar. "Hizmetin ilk seferde ve doğru olarak yapılması", hizmet kalitesinin bir ölçütü olarak kabul edilebilir.

2. **İhtiyaca Karşılık Verme (Responsiveness).** Müşterilere yardım etme, zamanında hizmet sunma istekliliğini, yardım severliği ve hizmet üretmekten duyulan mutluluğu açıklar. Hizmetlerin beklenilen zaman içerisinde ve tam olarak, eksiksiz olarak yapılma derecesini gösterir. Oluşabilecek yanlışlıkların belirlenmesi ve ortadan kaldırılması için gösterilen gayretin derecesini belirler.

3. **Yeterlilik (Competence).** Hizmetin zamanında, doğru olarak verilmesi için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olmayı kapsar. Hizmeti sunanın, hizmetten yararlana gösterdiği davranışın uzmanlık derecesini, tüketici beklentilerinin ve hizmetin özelliklerinin değişmesi durumunda yeni koşullara uyum gösterebilme becerisini, değişen koşullara uygun davranma becerisini açıklar. Tüketicinin beklentileri farklı zamanlarda farklı olabilir ve tüketiciden tüketiciye de farklık gösterebilir. Bu durumların algılanması ve müşteriyi tatmin edecek davranışın oluşturulmasını kapsar.

[3] C. Gronroos, "A. Service Quality Model and Its Marketing Implications", **European Journal of Marketing**, 18(4), 1984, s. 36-44.

[4] Uyguç, 1998;37-38; Parasuraman vd.,1985; 42;Öztürk, 996;71;Ghobadian,1994;51; Tütüncü, 2001;54

4. Ulaşılabilirlik (Access). Hizmeti alanın, hizmeti sunan ile ilişki kurabilme kolaylığını açıklar. Ulaşım ve erişilebilirlik olanağının olmasını, hizmetin yerinde ve zamanında yapılmasını kapsar. Hizmeti almak için bekleme süresi fazla olmamalıdır.

5. Nezaket (Courtesy). Hizmetlerden yararlanan bireylerle doğrudan ilişki içerisinde olanların saygılı, anlayışlı, kibar, nazik ve samimi olmasını ifade eder. Güler yüzlü olmayı, müşteriyi dikkate almayı, içten davranmayı, kolaylık göstermeyi ve zarif olmayı ifade eder.

6. İletişim (Communication). Etkili iletişim, hizmeti sunanın hizmeti alan ile onun bilgi seviyesinde anlayacağı seviyede iletişim kurabilmeyi ve becerisini açıklar. Personelin birbirlerine ve hizmetten yararlanan bireylere gösterdikleri davranışın özellikleri, bireyler ile olan ilişkilerinin niteliği ve düzeyini ifade eder.

7. İnanılırlık (Credibility). Hizmet sunan kişinin güvenilir, inanılır ve dürüst olma niteliklerini açıklar. İşletmenin müşteriler üzerinde bıraktığı algıyla, işletmenin söyledikleri ve yaptıklarının uygun olması demektir.

8. Güvence (Assurance). Tehlikeden, riskten kaçınmak ve emniyet güvencesi verebilmektir. Müşterilerle ilişki içerisinde olanların, müşteriler üzerinde güven duygusu uyandırabilme becerileridir.

9. Anlayış (Understanding the customers). Hizmeti alanları ve hizmeti alanların ihtiyaçlarını anlamaya çalışmak, hizmeti alanlarla empati kurmak demektir. Müşterilerle ilişki içerisinde olan personelin kendilerini müşterilerin/hizmeti alanların yerine koyması ve müşterileri anlamak için gerekli gayreti gösterebilme becerisini açıklar.

10. Fiziksel Özellikler (Tangibles). Hizmet sunumu sırasındaki araç ve gereçlerin, kullanılan aletlerin, iletişim malzemelerinin, personelin, hizmet verilen yerin, binaların fiziki görünümünü kapsar.

Hizmet kalitesinin boyutları hakkında bilgi sahibi olmak, hizmetten yararlananların bireylerin memnuniyetsizliğinin nedenlerini öğrenmek, hizmetten yararlananların ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda hizmetlerin gerçekleştirilmesi için gereken düzenlemelerin yapılmasına olanak sağlar ve sunulan hizmetin verimliliğini ve etkinliğini artırır.

2.2. KAMU HİZMETİ KAVRAMI

Kamu hizmeti, kamu tarafından ya da görevlendireceği özel hukuk kişilerince kamuya yarlı olmak için yapılan hizmetlerdir.

"Bir kamu kuruluşunun ya kendisi ya da yakın gözetim ve denetimi altında özel kesim tarafından yürütülen faaliyetlere kamu hizmeti adı verilmektedir."[5]

2.2.1. Kamu Hizmetlerinde Kaliteyi Belirleyen Faktörler

Sürekli gelişerek değişen bilim teknolojilerin getirdiği olanaklarından halkın yararlanma isteği, bu gelişim ve değişime uygun hizmet sunmayı gerekli kılmaktadır. Halk için kalite, lüks olmaktan çıkmış yaşam biçimi haline gelmiştir. Kaliteli kamu hizmeti, halkın en önemli beklentilerinden biri haline gelmiş, hizmet üreten kamu kuruluşları bakanlıklar, belediyeler vb. halkın memnuniyetini de düşünerek kaliteli hizmet vermek zorunda kalmışlardır. Özel sektördeki "müşteri odaklı yönetim anlayışı", kamu kesimine "vatandaş odaklı yönetim" şeklinde transfer edilmiştir.[6]

2.2.2. Kamu Hizmetlerinde Yurttaş Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Kamu tarafından yapılan ya da yaptırılan hizmetlerin kalitesi de, ölçümü de kamu hizmetlerinden yararlanan yurttaşlar tarafından yapılmaktadır. Yurttaşların beklentileri ve hizmet kalitesi bireyden bireye farklılıklar göstermektedir. Yurttaşların beklentilerine, bireylerin eğitim durumu, gelir durumu ve sosyal durumu gibi birçok değişken etki etmektedir.

Sunulan hizmetten memnuniyet durumunu etkileyen başlıca faktörler[7]

1) Deneyimler. Sunulan hizmetten yararlanan bireyler ilk olarak geçmiş deneyimlerinden yararlanır ve aldıkları hizmeti daha önceki deneyimleriyle karşılaştırarak karar verirler.

2) Kişisel özellikler. Sunulan hizmetten yararlanan bireylerin demografik, sosyal, fiziksel, eğitim ve uzmanlık durumları gibi özellikleri de bireylerin memnuniyet durumları üzerinde etkili olmaktadır.

---

[5] Göküş,2010:196
[6] Karataş, 2007: 83
[7] Sevimli, 2006: 18

3) Durumsal etkiler. Hizmet işletmelerindeki teknolojik gelişmeler ve halkla ilişkiler gibi faaliyetler de memnuniyet durumu üzerinde etkili olmaktadır.

4) Sözlü iletişim. Sunulan hizmetten yararlanan bireylerin sunulan hizmetle ilgili çevrelerinden daha önce edindikleri bilgiler bireylerin memnuniyeti üzerinde etkili olmaktadır.

Hizmet kalitesi konusunda yurttaş memnuniyeti için yapılan diğer çalışmalardan bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Bunlardan bazıları;[8]

Bireylerin hizmet kalitesinden memnuniyet düzeylerinde, bireylerin cinsiyetleri, gelir durumları, eğitim durumları, yaş grupları, bulundukları yerde ikamet süreleri farklılık oluşturmaktadır. Sosyal yaşamdaki gelişmeler, iletişim, refah seviyesi, eğitim düzeyinin artması, yurttaşların beklentilerini yükseltmektedir. Beklentileri yükselen bireyler kendilerine sunulan hizmetin istedikleri kalitede, istedikleri zamanda ve olabildiği kadar düşük maliyette sunulmasını beklemektedirler.

Kamu hizmetleri sunulurken bireylerle daha sık yüz yüze ilişki kurulmaktadır. Bu nedenle hizmeti sunanların tutum ve davranışları bireylerin hizmet kalitesinden memnuniyet düzeylerinde etkili olmaktadır.

Bireylerin hizmet kalitesinden memnuniyet düzeyleri ile vatandaşların yaşları arasında da ilişki olduğu, bireylerin yaşları arttıkça hizmetten memnun olma seviyelerinin de arttığı görülmektedir.[9]

> *"Hizmet kalitesi, birey ile kurum arasındaki güven ve temsil bağından da etkilenmektedir. Halkın kamu kurumlarına olan güven düzeyi ve kamu kurumlarının halkın menfaatlerini ne ölçüde temsil ettiği konusunda halkın düşünce ve kanaatleri memnuniyet düzeyini etkilemektedir. Yapılan araştırmalar halkın, kamu hizmetlerinden duyduğu tatmin olma durumunu, halkın önceliklerinin kamu politikalarına yansıtılmaması, kamu yöneticilerinin üçüncü kişilerle menfaat ilişkisine girmesi, kamu hizmetlerindeki verim kayıpları gibi nedenler olumsuz olarak etkilemektedir."*[10]

[8] Ardıç vd., 2004: 66-67
[9] Ardıç vd., 2004: 78-79
[10] Bozdoğan, 2004:123

Kamu hizmet kalitesinin artırılarak yurttaş memnuniyetinin sağlanması için, aşağıdaki gibi bazı tedbirlerin alınabileceği ileri sürülmektedir.[11]

1) Hizmet standartlarının belirlenmesi
2) Bilgi verme açıklık ilkesinin egemen kılınması
3) Bireylerin öncelik sırasının belirlenmesi
4) Hizmet maliyetin azaltılması, kalitenin ve verimliliğin artırılması
5) Bireylerle doğrudan ilişki kuran personelden yararlanılması
6) Hizmetlerin sunumunda adil ve eşit davranılması
7) Hizmetlerin sunumunda olabildiğince halkın katılımının sağlanması
8) Bireylerin sorunlarını giderecek birimlerin oluşturulması

2.3. BELEDİYELERDE HİZMET KALİTESİ

Belediye, "Belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisidir."[12]

Belediyeler, yurttaşların beklentilerine ve isteklerine göre etkin ve verimli ürün ve hizmet sunan birimlerdir. "Belediyeler açısından kalite, belediyenin faaliyetlerinin her yönüne nüfuz eden sürekli bir işlev, hizmetlerin vatandaşların beklentilerini karşılamadaki uygunluğu, olarak tanımlanabilir."[13]

Halkın belediyelerden beklentileri ekonomik, sosyal, kültürel değerlere bağlı olarak sürekli değişim göstermektedir. Halkın ihtiyaç ve beklentilerinin çeşitliliği, sürekli değişim ve gelişim içinde olması nedeniyle kısıtlı kaynaklar verimli ve etkin olarak kaliteli hizmet üretmeyi zorunlu kılmaktadır.

Hizmet kalitesinin artırılması ve vatandaş memnuniyeti için, kıt kamu kaynaklarının ihtiyaçlara göre yönlendirilmesi, etkin ve verimli bir şekilde kullanılması gerekli olmaktadır.

---

[11] Öztürk ve Coşkun, 2000:154-156
[12] 5393 Sayılı Belediye Yasasının 3. maddesi
[13] Ömer Peker, ''Belediye Yönetimlerinde Kalite Üretimi'', **Çağdaş Yerel Yönetimler**, Cilt:5, Sayı:2, Mart, 1996, s. 15.

Yerel yönetimlerde, halk desteğinin sağlanması için yerel yönetimlerin halka kaliteli hizmet sunması gibi bir görevi bulunmaktadır. Yerel yönetimlerin sunduğu hizmetten halkın memnun kalması ve halkın istediği hizmet kalitesinin gerçekleşmesi için halkın yerel yönetimlerin almış olduğu kararlara katılması ve halkın isteklerinin belirlenmesi gerekmektedir.

> *"Bireylerin sunulan hizmet kalitesinden tatmin olma düzeyleri ile hizmet verenlerin işten tatmin olma düzeyleri arasında ilişki olduğundan, hem vatandaşların hem de iş görenlerin birbirleriyle olan etkileşim sürecinde her iki kesimin duygu ve düşünceleri ile bunlara bağlı olarak gösterecekleri tutum ve davranışlar önemli rol oynar."* [14]

Belediye personelinin görevlerini yerine getirme biçimi de hizmet kalitesini etkiler. Örneğin, belediyenin sağlık hizmetlerinden yararlanan bireylerden alınan ücret, sağlık hizmetinin veriliş süresi, çalışanların hizmet verirken davranışları, tavırları ve harcadıkları emek vb. hizmeti alan bireylerin memnuniyetini etkiler.

Yerel yönetim hizmetlerinin yerine getirilmesinde, halkın sunulan hizmetten memnuniyet düzeylerinin ölçülebilmesi, düzenleyici ve önleyici tedbirler alınarak, yurttaş odaklı bir hizmet sunumunun gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

2.3.1. HİZMET KALİTESİ VE HİZMET KALİTESİ BOYUTLARININ BELEDİYE HİZMETLERİNE UYARLANMASI

2.3.1.1.Belediyelerde Hizmet Kalitesi

"Belediyelerde hizmeti sadece halka sunulan eylemler olarak düşünmemek, belediye içindeki faaliyetleri de kalite kavramı içinde değerlendirmek gerekmektedir. Belediyelerde üretilen hizmetleri iç ve dış hizmetler olarak ayırmak mümkündür."[15]

Belediye çalışanlarının görevlerini yerine getirme biçimi, hizmet sunumu sırasındaki davranışları, tavırları, ses tonları ve güler yüzlü oluşları, hizmet alırken bekleme süreleri belediyeden hizmet almakta olan bireylerin memnuniyetini ve hizmetin kalitesini etkiler.

---

[14] Şahin ve Temizel, 2007; 185

[15] Ercan Öztemel,''BelediyelerdeToplam Kalite Yönetimi,''**Değişim Yayınları**, Adapazarı, 2001,s.28.

"*Hizmetler soyut nitelikte olduğu için, hizmet kalitesi de soyut bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, hizmet kalitesi hizmet kullanıcılarının hizmeti almadan önceki beklentileri ile yararlandığı gerçek hizmet deneyiminin (performans) karşılaştırılmasının bir sonucu olup, vatandaşların beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir."*[16]

Bu tanıma göre hizmet kalitesi aşağıdaki gibi formüle edilebilir.

Hizmet Kalitesi = Algılanan Hizmet Kalitesi - Beklenen Hizmet Kalitesi

HK = AHK - BHK

"HK = 0 veya HK > 0 ise bireylerin hizmet kalitesini değerlendirmesi olumludur. Hizmet Kalitesi negatif ise, bu takdirde vatandaşın hizmet kalitesi algılaması olumsuzdur."[17]

Hizmet kalitesini geliştirerek daha iyi hizmet sunabilmek için sunulan hizmet kalitesinin ölçülmesi gerekir. Eğer belediye, mevcut hizmet kalitesinin düzeyi hakkında doğru bilgilere sahipse ileride yapılması gereken çalışmalar konusunda isabetli kararlar alabilir.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında geliştirilen Servqual Hizmet Kalitesi Modeli, hizmet kalitesinin ölçümünde en yaygın kullanılan modeldir.[18] "Belediye hizmetlerinde kalitenin ölçümü ile ilgili yapılmış çalışmalarda da Parasuraman v.d. tarafından geliştirilen Servqual ölçeği kullanılmıştır."[19]

2.3.1.2. Hizmet Kalitesi Boyutlarının Belediye Hizmetlerine Uyarlanması

Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen Servqual Hizmet Kalitesi Modelinde hizmet kalitesi boyutları belediye hizmetlerine uyarlanırken;

Fiziki koşullar iki soruyla değerlendirilmiştir.

1. Belediyenin modern görünüşlü bina ve çalışma ortamlarına sahip olması, hizmetlerin sunulması sırasında kullanılan araç ve gereçlerin göze hoş görünmesi,
2. Belediye personelinin düzenli ve temiz görünümlü olması

[16] Uğur Bulgan ve Gültekin Gürdal, ''Hizmet Kalitesi Ölçülebilir mi? ÜNAK'05''Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlaması'', 2005, s. 241-242. http/:kaynak.unak.org.tr/mod/data/view.php
[17] Parasuraman v.d., **a.g.e.**, 1994, s. 122.
[18] Parasuraman v.d., **a.g.e.**, 1985, s. 43-44.
[19] Yüksel, v.d., **a.g.e.**, s. 63-81, Gümüşoğlu, v.d., **a.g.e.,** Usta ve Memiş, **a.g.e.,** s. 216.

Belediyede çalışanlara duyulan güvenle ilgili konular beş soruyla değerlendirilmiştir.

3. Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmesi
4. Belediyenin bireylerin sorunlarını çözmek için samimiyet göstermesi
5. Belediyenin doğru hizmeti ilk seferde vermesi
6. Belediyenin yaptığı çalışmalarla ilgili halkı aydınlatıcı bilgiler vermesi
7. Belediyenin yapılan işlerin kayıtlarının tutulmasına özen göstermesi

Belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi ve halkla ilişkileri iki soruyla değerlendirilmiştir.

8. Belediyede çalışanların bilgisi, problem çözme becerilerinin yeterli olması, yardım etmeye istekli ve gönüllü olması
9. Belediye çalışanlarının halka karşı saygılı olması ve halkta güven duygusu uyandırması

Belediyenin halka adil ve eşit davranması bir soruyla değerlendirilmiştir.

10. Belediyenin herkesle adaletli olarak ilgilenmesi

Çalışma saatlerinin uygunluğu bir soruyla değerlendirilmiştir.

11. Belediye çalışma saatlerinin halka uygun olacak şekilde düzenlenmesi

Temizlikle ilgili konular iki soruyla değerlendirilmiştir.

12. Belediyenin çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi vermesi
13. Temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygun olması

Denetim hizmetlerinin yeterliliği iki soruyla değerlendirilmiştir.

14. Belediyenin denetim hizmetlerine önem vermesi
15. Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygun olması

Haberleşme üç soruyla değerlendirilmiştir.

16. Şikâyetleri iletecek kişi ya da birime kolayca ulaşılır olması
17. Belediyenin şikâyetleri ciddiye alarak dinlemesi
18. Belediyenin şikâyetlere çözüm getirmesi ve süresinin uygun olması

İmar çalışmaları dört soruyla değerlendirilmiştir.

19. Belediyenin imar hizmetlerinin ihtiyaçları karşılaması
20. Belediyenin kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin vermemesi
21. Alt yapı çalışmalarında ilgili kurumlarla işbirliği içinde çalışılması
22. Belediyenin imar hizmetlerinin hukuka uygun ve adil yürütülmesi

Ulaşım iki soruyla değerlendirilmiştir.

23. Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunların güzergâh ve durak sayılarının yeterli olması

24. Belediyenin otopark sorununa eğilmesi, bu sorunu gidermeye çalışması

Kültür hizmetleri beş soruyla değerlendirilmiştir.

25. Belediyenin, yararlı sosyal ve kültürel etkinlikler yapması

26. Belediyenin panel, seminer, tiyatro, konser vb. faaliyetlerde bulunması

27.Belediyenin öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya önem vermesi

28. Yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen gösterilmesi

29. Belediye yaptığı çalışmalarla ilimizin tanıtımına katkıda bulunması

Finansman olanakları iki soruyla değerlendirilmiştir.

30. Belediyenin kaynaklarının yeterli olması

31. Belediye kaynaklarının etkin ve verimli kullanılması

Hizmet kalitesi toplam 31 soru ile değerlendirilmektedir.

2.3.2. BELEDİYE HİZMETLERİNDEN YARARLANAN BİREYLERİN MEMNUNİYETİ

Kamu yönetimi anlayışında "vatandaş" işletmecilikte olduğu gibi "müşteri" olarak kabul edilememektedir. Müşteri, hizmetin veya ürünün bedelini ödeyerek alır. Kamuda ise hizmet kullanıcılarına ödedikleri bedel kadar değil, vatandaşlara eşit şekilde hizmet verilmektedir. Bu yaklaşım kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanımı yanında vatandaşın memnuniyetini de sağlamaktadır. "Belediyelerde hizmetlerden memnun olan vatandaş seçime kadar söz ve davranışları ile belediye yöneticilerini desteklemeye çalışmaktadır. Belediye yöneticilerinin kaliteli hizmet sunmaları, yönetimde kalmaları için bir ön koşul olmaktadır." [20]

Memnuniyet, algılanan kalite ile beklenen kalite arasındaki fark olarak açıklanabilir. Eğer kalite beklentilerden daha düşükse bireyde memnuniyetsizlik, eğer kalite beklentileri aşarsa, bireyde yüksek bir memnuniyet ortaya çıkmaktadır.[21]

[20] Öztemel, **a.g.e.**, s.44.

[21] P. Baytekin, ''Toplam Kalite Hedefinde Müşteri Memnuniyetinden Müşteri Sadakatine'', **Ege Üniversitesi Yeni Düşünceler Dergisi**, Yıl:1, Sayı:1, s.41-52.

Müşteri/birey memnuniyeti, umulan ile görülen hizmet kalitesi konusunda müşterinin yargısı olarak tanımlanabilir.[22]

Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti özel işletmelerde satışları yükselten, kamu işletmelerinde bireylerin sadakatini sağlayan temel faktörlerdir. Belediye hizmetlerinin zorunlu ihtiyaçlardan kaynaklanması, hizmet kullanıcıların bilinç ve gelir düzeyinin yükselmesi kamu kuruluşlarını, hizmet kalitelerini yükseltmeye ve ISO standart belgelerini alarak rekabet güçlerini artırmaya yöneltmektedir.

2.4. HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ

Hizmetlerin fiziksel boyutlarının olmaması, üretildiği anda tüketilmesi, depolanamaması, zamana ve kişiye göre değişkenlikler göstermesi gibi nedenlerle hizmet işletmelerinde kalite ve performansın belirlenmesi ve ölçülmesi zordur. Hizmet kalitesinin ölçümünde ölçekler geliştirilmiştir. Bunlardan bazıları şunlardır.

2.4.1. Algılanan Toplam Kalite Modeli

Algılanan toplam kalite modeli 1984 yılında Gronroos tarafından geliştirilmiştir. Bu modele göre, hizmet kalitesi müşterinin beklentilerini ifade eden beklenen kalite ile hizmet verildikten sonra algılanmış olan yaşanan kalite arasındaki farka dayanmaktadır**.** Müşteri değer yargısı ise modelin merkezini oluşturmaktadır.[23] Hizmetlerin temel özellikleri, soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik, dayanıksızlık, üretim ile tüketimin aynı anda gerçekleşmesi gibi özelliklerinden dolayı hizmet ve hizmet kalitesini ölçmek oldukça zordur.

Hizmet kalitesi konusunda çalışanlar; müşteri odaklı modellere dayanan hizmet kalitesini ortaya atmışlardır.

Bu modellerde, sunulan hizmetin kalitesi, müşteri beklentilerini karşıladığı zaman hizmet yüksek kaliteli olarak algılanmaktadır. Eğer beklentileri karşılamaz ise algılanan hizmet kalitesi düşük olacaktır.

---

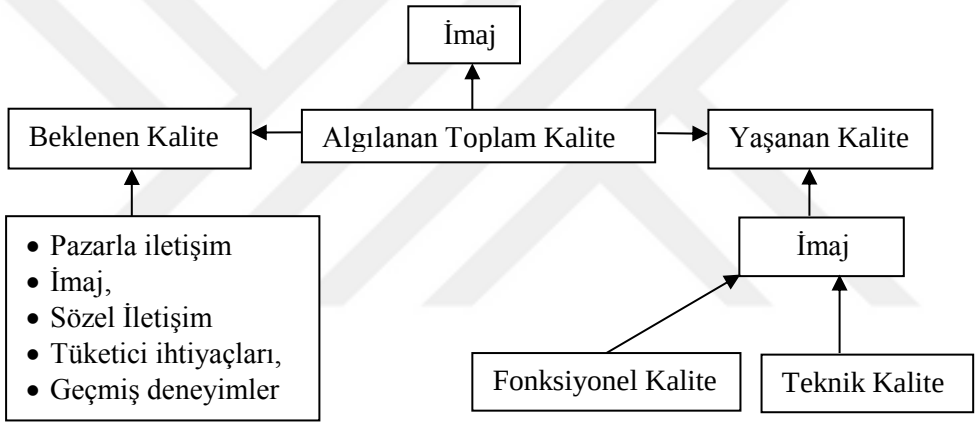
[22] Çatı ve Uslu, **a.g.e.**, s. 138.
[23] Ülkü Yüksel, ‘‘Türk Turizminin Temel Sorunu: Hizmet Kalitesi’’, **Pazarlama Dünyası**, Sayı 16, Yıl 2002-03 Mayıs-Haziran 2002, s. 41.

Algılanan toplam kalite modelinde; beklenen kalite ile ilgili beş ilke vardır. Bunlar; pazarla iletişim, imaj, sözel iletişim, tüketici ihtiyaçları ve geçmiş deneyimlerdir.

Fonksiyonel kalite ve teknik kalite boyutları ise işletme imajını oluşmaktadırlar. Teknik kalite çıktıyı fonksiyonel kalite ise hizmetin sunum sürecinin kalitesini ifade etmektedir.[24]

"İşletmenin imajı; hizmet üreticisinin yarattığı imajı ve hizmet çıktısının, üretim süreci sırasındaki fiziksel koşullarını ifade etmektedir." [25]

Algılanan toplam kalite modelli Şekil 2. 1' de görülmektedir.



Şekil 2.1: Algılanan Toplam Kalite Modeli

Kaynak: Christian Grönroos, **Servise Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach,** Second Edition, Chichester, John-Wiley Sons, Ltd., 2000, s.67.

"*Algılanan toplam kalite modeli potansiyel müşterilerin hizmet sunum politikası hakkındaki kalite beklentileri konularında önemli ipuçları vermektedir. Fakat olumlu yanlarına karşılık model, hizmet talebinde bulunanların potansiyel kalite değerlendirmeleri ile hizmet sunan kişinin potansiyel kalite değerlendirmesi arasındaki farkın, sunulan kalitenin değerlendirilmesine olan yansımasını ihmal etmektedir.*"[26]

[24] Michael K. Brady, J. Joseph Cronim Jr., ''Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach'', **Journal of Marketing**, Vol.65, July 2001, s.35.
[25] Değermen, **a.g.e.**, s. 35.
[26] **A.e.**, s. 36-37.

2.4.2. Servperf Hizmet Kalitesi Modeli

Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla 1985 yıllında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen Servqual ölçeğine alternatif olarak, 1992 yılında Cronin ve Taylor tarafından SERVPERF ölçeği geliştirilmiştir.

> *Servperf, algılanan hizmet kalitesinin yalnızca algılanan performansa bağlı olarak ölçülmesi esasına dayanır. Servperf ölçeğinde, Servqual ölçeği için geliştirilmiş yirmi iki performans değişkeni ve beş boyut aynen yer almaktadır.*[27]

> *Cronin ve Taylor geliştirdikleri Servperf modeli, Servqual ölçeğinde yer alan boyutlar temel alınmakla birlikte, Servqual ölçeğinde olduğu gibi beklentiler ile algılamalar ya da performans arasındaki farka bakılmamakta, sadece performansa bakılmaktadır. Cronin ve Taylor her iki modeli de kıyaslamışlar ve Servperf modelinin daha etkili ve iyi sonuçlar veren bir model olduğu sonucuna varmışlardır.*[28]

Servqual modelinde müşteri memnuniyeti olgusu ihmal edilmektedir. Cronin ve Taylor'ın Servperf modelinde müşteri memnuniyeti olgusu üzerinde durmuşlardır.

> *Servperf modelinde müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi kavramları farklı birer kavram olarak ele alınmaktadır. Servqual modelinde öne sürülen, yeniden satın alma davranışının, hizmet kalitesinden etkilendiği tezine karşı çıkılarak, yeniden satın alma davranışı, hizmet kalitesinden daha çok müşteri memnuniyetinden etkilendiği savunulmaktadır.*[29]

2.4.3. Perakende Hizmet Kalitesi Modeli (DTR)

> *Karma yapılı perakendeci mağazalarda, hizmet kalitesi boyutlarını belirleyebilmek için Dabholkar, Thorpe ve Rentz, yirmi sekiz ifade ve beş boyut içeren Perakende Hizmet Kalitesi Modeli'ni (DTR) geliştirmişlerdir. Kendi isimlerinin baş harflerinden oluşan DTR*

---

[27] J.Jaseph Cronin, Jr.,Steven A. Taylor, **"Servqual**: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Quality", **Journal of Marketing**, Jan, Vol. 58, s. 125-134.
[28] **A.e.**, s. 126.
[29] **A.e.,** s. 126.

ölçeğinde yer alan on yedi değişken Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği Servqual ölçeğinden alınmıştır.[30]

Perakende Hizmet Kalitesi Modeli (DTR modeli) beş faktörden oluşmaktadır:[31]

1) Politika (Policy). Hizmet kalitesinin mağaza politikasını direkt olarak etkilediği ile ilgilidir. Uygun çalışma saatleri, kredi ve ödeme politikaları ve malların kalitesi politika boyutuna örnek verilebilir.

2) Problem çözme (Problem solving). Hem geriye dönüşler ve malların değiş tokuşu hem de şikayetlerle ilgili unsurların ele alınmasını içerir.

3) Kişisel etkileşim (Personal interaction). Hizmet personelinin güven telkin etmesi ile nazik, kibar, saygılı ve yardımsever olmasıdır.

4) Güvenilirlik (Reliability). Sözlerin tutulması ile işlerin hatasız yapılmasının bileşimi olarak değerlendirilebilmektedir.

5) Fiziksel görünüş (Physical aspects). Mağazaların genel görünüşü, halka açık yerlerin temizliği ve fiziksel ortamların müşterilere rahat ortamlar sunması gibi konuları kapsar.[32]

2.4.4. Servqual Hizmet Kalitesi Modeli

Hizmet kalitesinin ölçümünde 1985 yıllında Parasuraman, Zeithaml ve Berry, tarafından geliştirilen Servqual ölçeğinin orijinal ismi **Gaps Model** dir. Türkçeye **Boşluk Modeli** olarak çevrilmiştir. Bireylerin beklentileri ile algıları arasındaki farklılıklar hizmet kalitesi olarak belirlenmiştir. Bireylerin beklentileri ile algıları arasındaki farkı kapatabilmek için işletmelerin yapması gerekenler üzerine durulmuştur.

Ölçek, hizmet alınmadan önce hizmetten beklentiler ile hizmet alındıktan sonra oluşan algıların karşılaştırılmasıyla hizmet kalitesi ölçülmek hedeflenmiştir.

---

[30] Pratibha A. Dabholkar, Dayle I. Thorpe, Joseph O. Rentz, "A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation," **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 24, No.1, 1996, s. 3-16.

[31] Subhash C. Mehta, Ashok K. Lahwani, Soon Li Han, "Service Quality in Retailing: Relative Efficiency of Alternative Measurement Scales for Different Product-Service Environments", **International Journal of Retail & Distribution Management**, Volume 28, Number 2, 2000, s.63

[32] **A.e.,** s. 63

Eğer algılamalar beklentilere eşit veya yüksek ise alınan hizmet kaliteli; algılamalar beklentilerden daha küçük ise alınan hizmet kalitesizdir.

Servqual Modelinde, hizmet kalitesini ölçmek için 5 boyut, 22 maddelik sorudan oluşan Likert tipi bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçekte, tüketici beklenti ve algılamaları iki ayrı bölümde değerlendirilmektedir. Birinci bölümdeki 22 soru ile tüketicinin beklentileri belirlenmeye çalışılmaktadır. İkinci bölümde ise aynı 22 soruyla tüketicinin hizmet aldığı işletmeyi değerlendirmesi istenmektedir. Ankette "kesinlikle katılmıyorum" (1), "katılmıyorum"(2), "ne katılmıyorum ne katılıyorum"(3), "katılıyorum"(4), "kesinlikle katılıyorum"(5) olmak üzere derecelendirilmiş 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.[33] Birinci bölümdeki beklentiler ile ikinci bölümdeki algılar arasındaki farklar hizmet kalitesi olarak belirlenmektedir.
Hizmet kalitesinin belirlenmesinde yapılan ilk araştırmalarda 10 boyut kullanılmıştır.

1. Fiziksel Özellikler (Tangibles). Organizasyonun hizmet sunumundaki kullandığı bina, araç-gereç, basılı malzemeler ve personel görünümünü kapsar.

2. Güvenilirlik (Reliability). Sunulan hizmetin doğru ve güvenilir bir şekilde, iş gereklerine uygun olarak gerçekleştirilebilme becerisini açıklar.

3. İhtiyaca Karşılık Verme (Responsiveness). Hizmet sunucusunun müşteriye karşı zamanlılık, tamlık, tepkisellik ve süreklilik gibi ölçütlerle sorumluluğunu açıklar. Müşteri isteklerine zamanında doğru ve açık yanıt verebilme becerisidir.

Zamanlılık, hizmetin tanımlanan süre içerisinde, müşterinin beklediği zaman çerçevesinde tamamlanmasını ifade eder.

Tamlık, hizmetin zamanında eksiksiz tamamlanma yeteneğini açıklar.

Tepkisellik, oluşan yeni durumlara göre müşterinin isteklerine yanıt verebilme becerisidir.

Süreklilik, çeşitli sebeplerle oluşabilecek hataların belirlenmesi ve düzeltilmesi için sarf edilen gayretlerin devamlılığını ifade eder.

4. Yeterlilik (Competence). Sunulan hizmetin profesyonelce yapılmasını, hizmet sunmak için gerekli bilgi ve beceriye sahip olmayı açıklar. Müşteri beklentilerinin ve hizmetin özelliklerinin değişmesi durumunda yeni durumlara

[33] Parasuraman, v.d., **a.g.e.**, s.12-40.

uyum gösterebilme becerisini açıklar. Müşteri memnuniyeti farklı zamanlarda farklı olabilir ya da müşteriden müşteriye farklılık gösterebilir. Bu tür durumlar çok hızlı gerçekleşebilir. Bunların oluşması durumunda hemen algılanması ve müşteriyi memnun edecek davranışların gösterilmesi gerekir.

5. Nezaket (Courtesy). Hizmet sunucusunun müşteriye karşı saygılı, anlayışlı, güler yüzlü, içten davranması, kibarlık ve kolaylık göstermesini ifade eder.

6. İnanılırlık (Credibility). Hizmet sunan işletmenin inanılırlık, dürüstlük özelliklerini açıklamaktadır. İşletmenin imajıyla eylemlerinin, söylediklerileyle yaptıklarının uyumlu olması gerektiğini ifade eder. İşletmenin imajı, şöhreti, personelin özellikleri ve işletmenin sunduğu hizmetler için güven duygusu uyandırabilme becerisini açıklar.

7. Emniyet (Security). Verilen hizmetler konusunda tehlike, risk ve kuşkuların ortadan kaldırılmasını ifade eder[34]. Güvenlik boyutunda yer alan unsurlar; fiziksel güvenlik, finansal güvenlik ve gizliliktir[35].

8. Ulaşılabilirlik (Access). Hizmete ulaşmak için gerekli fiziki koşulların sağlanması ve iletişim araçlarıyla hizmete kolay erişimin desteklenmesi anlamına gelmektedir. [36] Ulaşılabilirlik; hizmete kolay ulaşmayı, hizmet alınabilecek noktaların müşterilerin ulaşılabilecekleri yerler olmalarını, hizmet alırken bekleme zamanının kısa olmasını, hizmetlerin verildiği faaliyet saatlerinin uygun olmasını içermektedir.[37] *Örnek,* telefonla hizmet alımı sırasında telefonlar meşgul olmamalı, müşteri beklemeye alınmamalıdır.

9. İletişim (Communication). Tüketiciler arasındaki bilgi seviyesi, eğitim ve kültür farklılıklarından oluşan durumların algılanması ve varsa sorunların çözümlenmesi, gerekirse bilgilendirilmesi anlamına gelmektedir. [38] Müşterinin anlayacağı dilden, onun bilgi seviyesine uygun iletişim kurabilme becerisidir. Hizmetin oluştuğu ortamın psikolojik ve sosyal durumunu çalışanların birbirleri ile ve müşteri ile olan ilişkilerinin niteliği ve seviyesini açıklar.

10. Müşteriyi anlamak (Understanding the customers). Müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarını anlamak için gayret göstermektir.

---

[34] ‘‘SERVICE QUALITY’’, (Çevrimiçi) http://ils.unc.edu/daniel/131/servicequality.html, 2010
[35] Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, **a.g.e.**, s. 78.
[36] ‘‘SERVICE QUALITY’’, (Çevrimiçi) http://ils.unc.edu/daniel/131/servicequality.html, 2010
[37] Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, **a.g.e.**, s. 78.
[38] Christopher Lovelock, Sandra Vandermerwe, Barbara Lewis, **a.g.e.**, s. 486.

SERVQUAL araştırmasında elde edilen verilerle yapılan istatistiksel analizler, bu on hizmet kalitesi ölçütlerinin bazılarının kendi aralarında bağlantılı olduğunu ve bunları kapsayacak daha geniş bir ölçüte gereksinim duyulduğunu ortaya koymuştur. Bu on ölçütten Yeterlilik, Nezaket, İnanılırlık ve Emniyet **Güvence** başlığı altında; Ulaşılabilirlik, İletişim, Müşteriyi anlamak **Empati** başlığı altında toplanarak ölçütler beşe indirilmiştir.

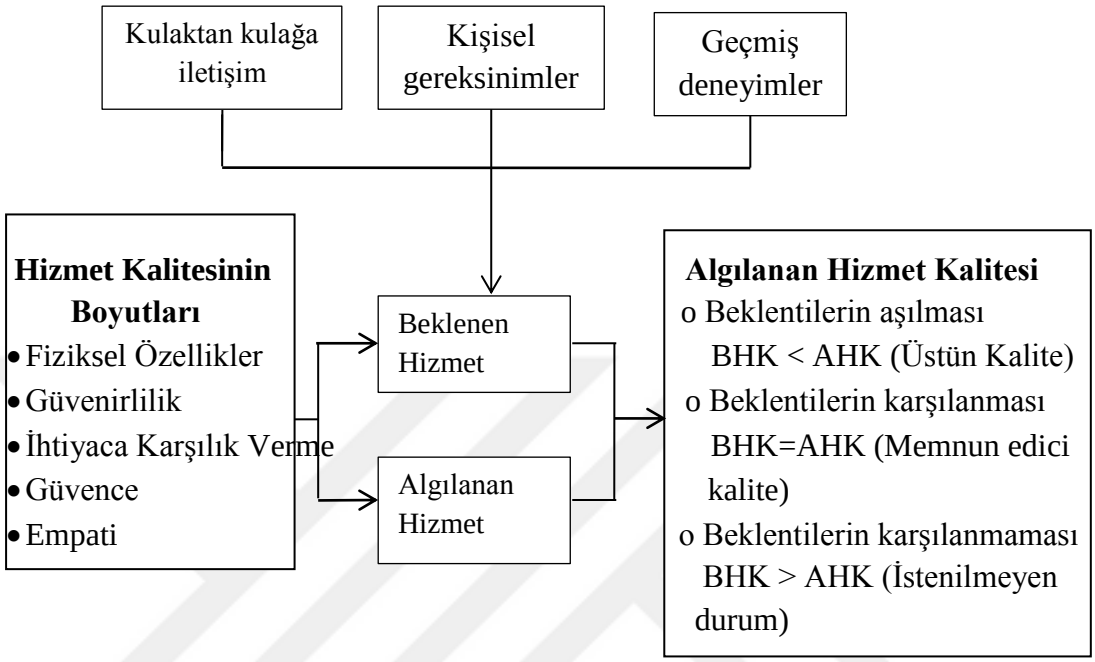
1. **Fiziksel Özellikler** (Tangibles)
2. **Güvenilirlik** (Reliability)
3. **İhtiyaca Karşılık Verme** (Responsiveness)
4. **Güvence** (Assurance)
    a. Yeterlilik
    b. Nezaket
    c. İnanılırlık
    ç. Emniyet
5. **Empati** (Empathy)

Hizmeti sunan personelin kendilerini tüketicilerin yerine koyarak onları daha iyi anlaması kaliteli hizmet sunumu için gerekli olmaktadır.

a) Ulaşılabilirlik
b) İletişim
c) Müşteriyi anlamak

İlk üç ölçüte geniş kapsamlı iki ölçüt eklenmekte ve hizmet kalitesini oluşturan beş boyut yukarıdaki duruma gelmektedir.

Algılanan ve beklenen hizmeti etkileyen faktörlerle birlikte hizmet kalitesinin boyutları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.



Şekil 2. 2: Hizmet Kalitesi Boyutları

Kaynak: Can Murat Alpaslan, Selçuk Karabatı, 1996

2.4.4.1. Servqual hizmet kalitesi modelinde kaliteyi etkileyen farklar.

Servqual modeli iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, müşterilerin hizmetle ilgili genel beklentilerini anlamaya yardımcı olacak 5 boyutu (Fiziksel özellikler, Güvenilirlik, İhtiyaca Karşılık Verme, Güvence ve Empati) temsil eden 22 değişken bulunmaktadır.[39]

Modelin ikinci kısmında algılanan hizmet kalitesini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Bu bölümde hizmet üretimi yapan bir işletme hakkındaki müşteri algıları ile ilgili 22 değişken yer almaktadır.[40] Alınan hizmet beklentileri karşılıyor veya beklentilerin üstünde ise hizmetin kaliteli olduğu, alınan hizmet beklentilerin altında ise hizmetin kalitesiz olduğu sonucuna varılmaktadır.

[39] Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, **a.g.e.**, s. 23.
[40] A.e**.,** s. 23

Bireylerin beklentileri ile algıları arasındaki farklılıklar hizmet kalitesi olarak belirlenmiştir. Bu farklar; müşterilerin hizmetten sağladığı memnuniyeti azaltmakta ve algılanan kaliteyi düşürmektedir. Farkların ilk dördü hizmeti sunanlar tarafından ve müşterinin aldığı hizmet karşısında algıladığı kaliteyi belirler. Beşinci fark ise müşterinin beklediği hizmet ile algılanan hizmet arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. Bu farklara neden olan faktörler aşağıda belirtilmiştir.[41]

Fark 1: Müşteri beklentileri ile yönetimin algılamaları arasındaki fark

Birinci fark, müşteri beklentilerinin, hizmeti sağlayan işletme tarafından doğru algılanamaması sonucu ortaya çıkar. Müşterilerin hizmete ve işletmeye ilişkin beklentileri ile yönetimin bu beklentileri algılama düzeyi arasındaki farktır. Yöneticiler, müşterilerin beklentilerini birçok nedenle algılamayabilirler.

Yöneticiler müşteriler ile bire bir iletişim kuramayabilir, müşterilerin beklentileri hakkında bilgi elde etmeye yeterince gönüllü olmayabilir veya müşterilerle bu konuyu konuşmaya hazırlıklı olmayabilirler[42]. Birinci farka katkı sağlayan faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz.[43]

Pazar araştırması odaklılık. Pazarlamadan sorumlu ekibin, müşterilerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini daha iyi anlayabilmek için resmi ve gayri resmi bilgi toplama faaliyetlerine harcadıkları çabanın boyutu.

Yukarıya doğru iletişim. Tepe yöneticilerin bilginin alt kademede çalışanlardan yukarıya doğru akmasını isteme ve teşvik etme derecesi.

Yönetim düzeyleri. Tepe Yönetim ile en alt kademe çalışanlar arasındaki yönetim düzeylerinin sayısı.[44]

Müşteri beklentilerinin doğru algılanabilmesi için kalite standartları geliştirilmelidir. Bu birinci farkın en aza indirilebilmesi için Pazar araştırmalarının iyi yapılması, üst düzey yöneticiler ile sahada müşteri ile birebir temas halinde olan çalışanlar arasında iyi bir iletişim ağı kurulması gerekmektedir.

---

[41] Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman: ‘‘Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality’’, **Journal of Marketing**, Vol. 52, April 1988, s. 35.

[42] Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, **a.g.e.**, s. 46.

[43] **A.e.**, s. 46.

[44] Süphan Nasır, Aslıhan Nasır, **Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kaitesi**, Ed. Kahraman Çatı ve Abdulrahap Baydaş, Asil Yayın Dağıtım, Baskı-2008, s.263.

Fark 2: Yönetimin müşteri beklentilerini algılamaları ile algıların hizmet kalitesi özelliklerine aktarılması arasındaki fark

İkinci fark, müşteri beklentilerinin doğru algılanmasına rağmen yöneticiler, tüketicilerin ihtiyaçlarını giderecek hizmet özelliklerini belirlemekte yetersiz kalabilir. Yöneticiler müşterilerin beklentilerini anladıktan sonra, bu bilgiyi kullanarak örgüt için hizmet kalitesi standartları oluşturmalıdır. Ancak bazen işletme yönetimi kaynakların kıt olması veya yönetimin kayıtsızlığı nedeniyle müşterilerin beklentilerini karşılayacak sistem kurmayı istemeyebilir. Bu gibi nedenler yöneticilerin müşterilerin beklentilerine ilişkin algıları ile sunulan hizmet için oluşturdukları kalite standartları arasındaki farkı ortaya çıkarır.

İkinci farkın oluşmasında etkili olan faktörler;[45]

Hizmet kalitesine olan inanç. Yönetimin hizmet kalitesini stratejik bir araç olarak görme derecesi.

Yapılabilirlik algısı. Yöneticilerin müşteri beklentilerinin karşılana bileceğine olan inanç düzeyleri.

Görev standardizasyonu. Teknolojinin, hizmet faaliyetlerini standartlaştırmak için kullanım düzeyi.

Amaç belirleme. Hizmet kalitesi amaçlarının işletme standartlarına göre değil, müşteri standart ve beklentilerine göre belirlenme derecesi.

Bu farkı en aza indirebilmek için kaliteye finansman ayrılması gerekmektedir. İşletme içindeki görevler standartlaştırılmalı, uygun teknolojiler kullanılmalıdır.

Fark 3: Hizmet kalitesinin özellikleriyle sunulan hizmet arasındaki fark

Belirlenmiş olan hizmet kalitesinin müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde müşteriye doğru olarak aktarılmamasından kaynaklanan farktır. İşletmenin belirlemiş olduğu kalite standartlarını destekleyecek yeterli donanım, iş gücü ve performans araçlarına sahip olunması gerekmektedir.

Üçüncü farkın oluşmasında yedi temel faktör etkili olmaktadır.[46]

Görev belirsizliği, Görev çatışması, Çalışan - Görev uyumu, Teknoloji-Görev Uyumu, Üst yönetim kontrol sistemi, Algılanan kontrol ve Takım çalışmasıdır.

---

[45] **A.e.**, s. 73.
[46] **A.e.,** s. 92-93.

Görev belirsizliği. Çalışanların, yöneticilerin ve üstlerinin kendilerinden beklentileri ve bu beklentileri nasıl karşılayacakları konularındaki belirsizlik düzeyleri.

Görev çatışması. Çalışanların, hizmet verdikleri kişilerin (iç ve dış müşteriler) taleplerini karşılayamayacaklarına olan inançlarının derecesi.

Çalışan - görev uyumu. Çalışanların yetenekleri ile yaptıkları işin uyuşması.

Teknoloji - görev uyumu. Çalışanların işlerini yapmak için kullandıkları araç ve teknolojinin uygunluğu.

Üst yönetim kontrol sistemi. İşletmedeki değerlendirme ve ödül sisteminin uygunluğu.

Algılanan kontrol. Çalışanların hizmet sunarken karşılaştıkları problemleri çözmede ne kadar esnek davranabileceklerine ilişin algıları.

Takım çalışması. Yöneticilerin ve çalışanların ortak bir amaca ulaşmak için hareket edebilme dereceleri.

Bu farkın en aza indirebilmesi için, şirket içinde her düzeyde bir takım çalışması ortamı oluşturulmalı, herkesin kişisel ve teknik yeteneklerine göre işlere yerleştirilmesi, personelin sorumluluk alabilmeleri ve inisiyatiflerini kullanabilmeleri gerekmektedir.

Fark 4: Sunulan hizmet ile işletmenin vaatleri arasındaki farktır

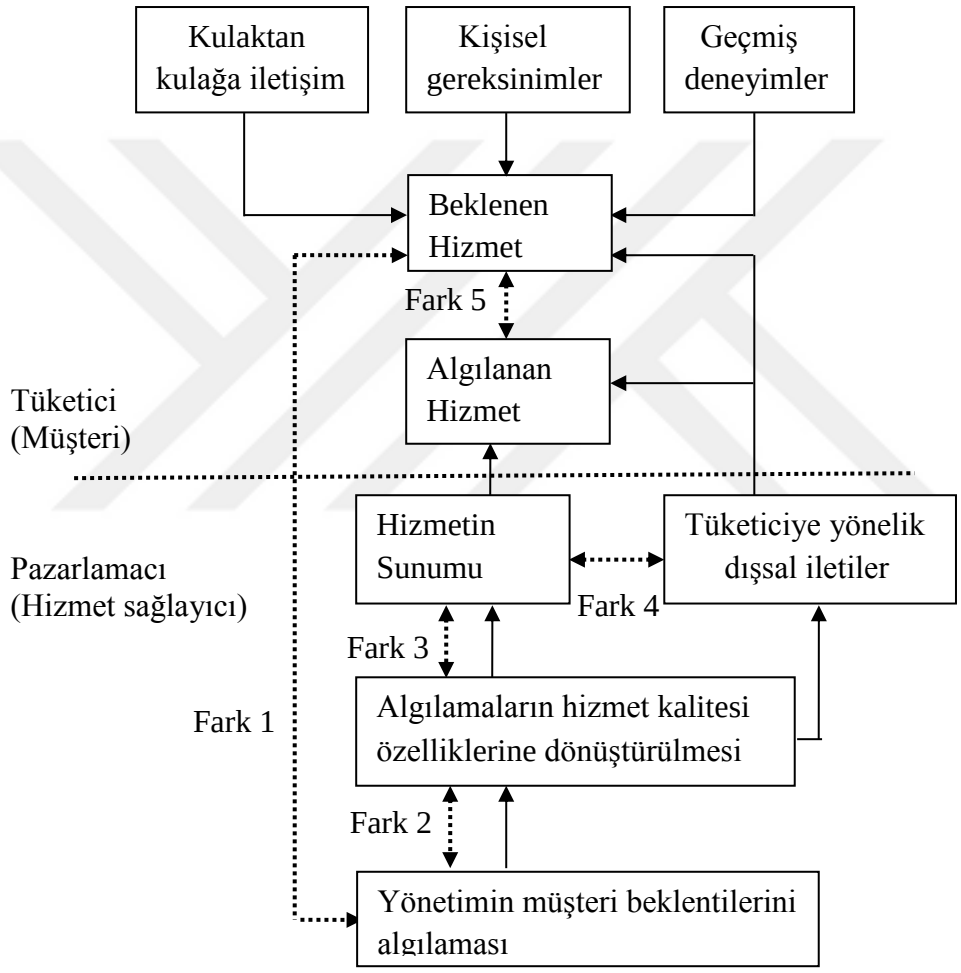
İşletmeler gerçekleştiremeyecekleri hizmetleri gerçekleştirecekmiş gibi yansıtmalarından kaynaklanan farktır. Abartılı vaatlerle beklentilerin aşırı derecede yükseltilmesi müşterilerin beklentilerinin yüksek olmasına neden olmakta ve standart olarak verilen hizmetin müşteriyi memnun etmesi mümkün olmamaktadır.[47]

Bu farkın en aza indirilebilmesi için, yatay iletişimin sağlanması gerekmektedir. Zeithaml ve diğerlerinin modeline göre dördüncü boşluğun oluşmasında yatay iletişim (Departmanlar içindeki ve departmanlar arasındaki iletişim düzeyi) ve abartılı vaatlerde bulunma düzeyinin (İşletmenin dışsal iletişiminin, müşterilerin nasıl bir hizmet alacağını doğru şekilde yansıtmama düzeyi) etkili olduğu görülmektedir.

[47] Nasır, **a.g.e.**, s. 268.

Fark 5: Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark

Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark ilk dört farkın bir fonksiyonudur. Bu farkın en aza indirilebilmesi diğer dört farkın en aza indirilmesine bağlıdır. Bu dört farktan birinin artması, 5. Farkın da artmasına neden olacaktır. Bu 5. fark müşteri tarafından oluşturulmaktadır. Diğer ilk 4 fark ise hizmeti sunan işletmelerdeki uygulamalar nedeniyle oluşmaktadır.[48]

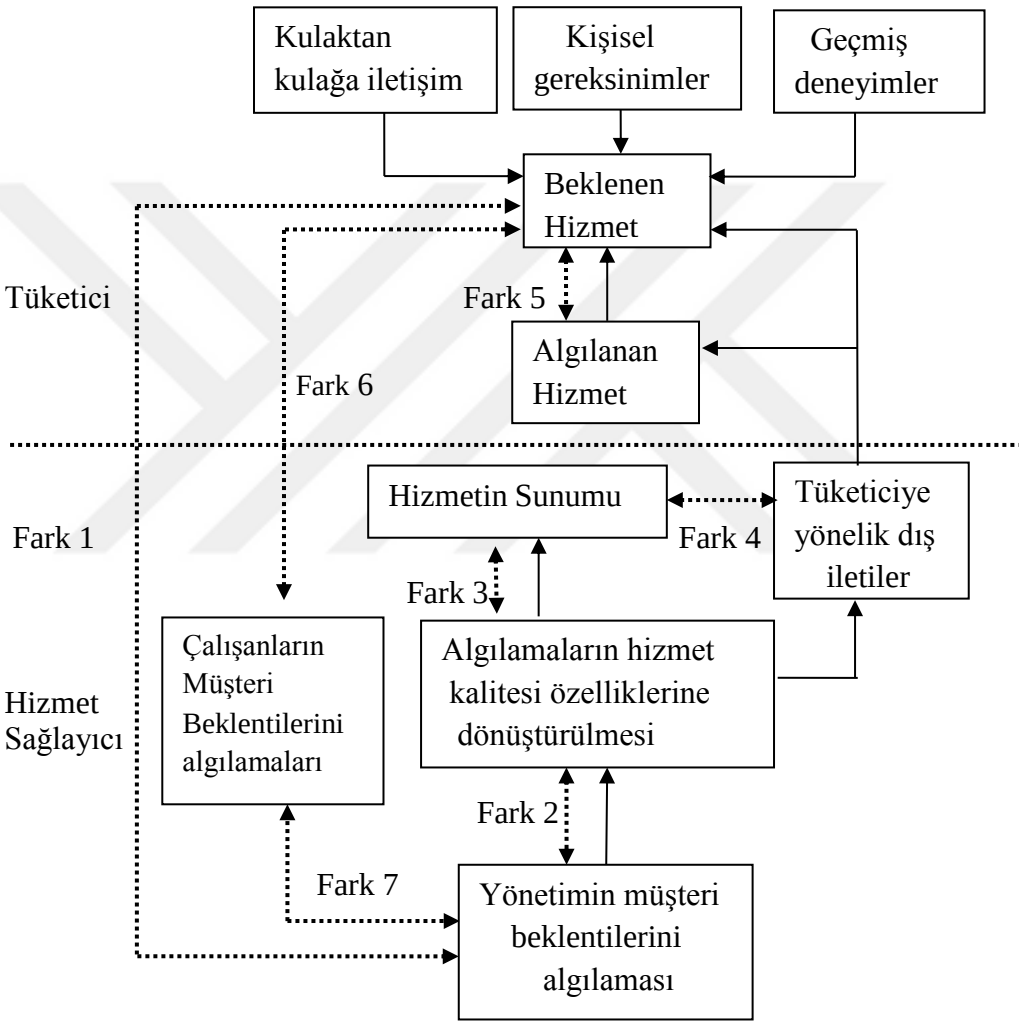


Şekil 2.3: Servqual Hizmet Kalitesi Modeli

Kaynak: Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and Parasuraman, ‘‘ Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality’’, **Journal of Marketing**, Vol. 52, April 1988, s. 36

[48] Anıl, Değermen :Müşteri Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati", sayfa 53.

Arash Shain'e göre Servqual modeli beş farktan değil yedi farktan oluşmaktadır. Bu iki fark çalışanların müşteri beklentilerini algılamalarını Servqual modeline ayrı olarak koymak da mümkün olmaktadır. Bu farklar Şekil 2.4' de gösterilmiş ve aşağıda sıralanmıştır.



Şekil 2. 4: Hizmet Kalitesinde Farklar

Kaynak: Arash Shain: "SERVOQUAL And Model of Service Quality Gaps: A Framework For Determining and Prioritzing Critical Factor in Delivering Quality Services",(Çevrimiçi) http://www.pmconf.com/Docs/0077.pdf, 08.12.2006

Birinci Fark: Müşteri beklentileri ile yönetimin müşteri beklentilerini algılamaları arasındaki farktır.

İkinci Fark: Yönetimin müşteri beklentilerini algılamaları ile algılamaların hizmet kalitesi özelliklerine dönüştürülmesi arasındaki farktır.

Üçüncü Fark: Algılamaların, hizmet kalitesi özelliklerine dönüştürülmesi ile sunulan hizmet arasındaki farktır.

Dördüncü Fark: Sunulan hizmet ile müşterilerle iletişim arasındaki farktır.

Beşinci Fark: Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki farktır.

Altıncı Fark: Beklenen hizmet ile çalışanların müşteri beklentilerini algılamaları arasındaki farktır.

Yedinci Fark: Çalışanların müşteri beklentilerini algılamaları ile yönetimin müşteri beklentilerini algılamaları arasındaki farktır.

2.4.4.2. Servqual hizmet kalitesi modeline yöneltilen eleştiriler.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin Servqual modeline bazı eleştiriler yapılmıştır. Bu modele yönelik eleştiriler;[49]

> **Paradigmaya yönelik eleştiriler.** *Servqual modelinde tüketici algılamalarının beklentilerden yüksek olması, kalitenin yüksek olmasına ve sonuçta satın alma davranışının tekrarlanmasına neden olmakta; beklentilerin algılamalardan yüksek olması ise algılanan hizmet kalitesinin düşük olmasına ve dolayısıyla satın alma davranışının tekrarlanmamasına neden olmaktadır.*[50]

Cronin ve Taylor, satın alma davranışının tekrarlanması ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiye yönelik az sayıda araştırmanın olduğunu savunmuşlardır.

> *Araştırmacılar hizmet kalitesi ile yeniden satın alma arasındaki nedensellik ilişkisinin varlığını gösteren delillerin yetersiz olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle hizmet kalitesinin, müşterinin yeniden satın alma konusundaki niyetini etkilemede yetersiz olduğunu söylemektedir.*[51]

---

[49] Değermen, **a.g.e.,** s. 55.
[50] **A.e.,** s. 55
[51] J.Joseph Cronin, Jr., Steven A. Taylor, "SERVPERF Verus SERVQUAL: Reconciling Performance-Besed and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", **Journal of Marketing**, Vol. 58, January 1994, s. 125.

Bu eleştiriler üzerine Parasuraman, Zeithaml ve Berry, Servqual modelini çeşitli hizmet sektöründe uygulamışlar ve tüketici davranışlarının hizmet kalitesinden önemli derecede etkilendiği sonucunu bulmuşlardır.[52]

Fark modeline yönelik eleştiriler. Servqual modelinde ölçülmek istenen hizmet kalitesi, beklenen ile algılanan kalite arasındaki farka dayandırılmaktadır.

> *Cronin ve Taylor, beklentiler ile algılar arasındaki farkların hizmet kalitesinin ölçümünde temel olduğu şeklindeki tezi destekleyecek çok az sayıda kanıt olduğunu ileri sürmüşlerdir.*[53] *Bu nedenle, Cronin ve Taylor hizmet kalitesi modelinin sadece algıya dayalı olarak ölçülebileceğini savunmuşlardır. Araştırmacılar, Servqual modeline karşı Servperf modelini test etmiş ve geliştirmişlerdir.*[54]
>
> *Teas'e göre, fark modelinde tüketici bir hizmeti deneyip memnun olduğunda, mevcut hizmete yönelik beklentilerinde, hizmeti denemeden öncekine göre artış olacağını ve bu durumun bir sonraki algı hizmetinin azalmasına neden olacağını savunmuştur.*[55]

Bu nedenle Servqual modelinin hizmet kalitesini objektif olarak ölçtüğü yargısı kuşku yaratacaktır. Beklentilerin hizmeti denedikten sonra oluşmasıyla ilgili olarak yapılan eleştirilere göre; modelde ölçülenin beklenti olmadığı ileri sürülmektedir. Çünkü hizmeti denedikten sonra ölçülen şeyin, beklenti olmadığı tam tersi hizmeti tecrübe etmeye dayalı olarak oluşan bir yargı olduğu savunulmaktadır.[56]

> *Parasuraman ve arkadaşları, Cronin ve Taylor ile Teas'ın eleştirilerine verdikleri cevapta, hizmet kalitesini ölçmede kullanılan beklenti ve algılama arasındaki farkın kavramsallaştırılmasının doğru olmadığını belirtmişlerdir. Servqual modelinin bu farkı ölçmesine yönelik olarak gerek yöntem gerekse analitik olarak yapılan itirazların geçersiz olduğunu ileri sürmüşlerdir.*[57]

---

[52] Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman: "The Behavioral Consequences of Service Quality", **a.y.**, s. 33-36.

[53] Francis Buttle, "SERVQUAL: Review, critique, research agenda", **European Journal of Marketing**, Vol.30, No.1, 1996, s.12.

[54] J. Joseph Cronin, Jr., Steven A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", **a.y.,** s. 56.

[55] R. Kenneth Teas, "Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment ", **Journal of Marketing,** Vol.58, January 1994, s. 132.

[56] Christian Grönroos, "Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach, second Edition, Chichester, John-Wiley Sons, Ltd., 2000, s. 78.

[57] A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry: "Reassessment of Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality: Implications for Research ", **Journal of**

Çok boyutluluğa yönelik eleştirilerde ise modelin kapsadığı beş faktörün – Karşılık verebilmek, Güvenilirlik, Empati, Güvence, Fiziksel varlıklar – tüm hizmetler için uygulanabilecek düzeyde sabit olmadığı öne sürülmektedir.

Parasuraman ve arkadaşları bu beş boyutun her zaman kullanılabileceğini iddia etseler de bu doğru değildir. Sebep olarak ise sadece belli sektördeki müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmelerinde söz konusu beş faktörü kullandıklarını belirtmektedir.

Carman, Servqual modelinde yer alan bazı ifadelerin hizmet alanın yapısına, geleneklerine ve özelliklerine göre adapte edilip, eğer gerekirse ilave sorular kullanılmasını önermektedir.[58]

2.4.4.3. Hizmet Kalitesi Ölçümünde Karşılaşılan Güçlükler.

Hizmetin kendine özgü özelliklerinden dolayı hizmet kalitesinin ölçümünde zorluklarla karşılaşılmaktadır. Geleneksel kalite kontrol yöntemleri ve değerlendirmeleri hizmetler için yetersiz kalmaktadır.

Hizmetlerin yapısal özelliklerinden dolayı geleneksel kalite kontrol yönetimlerinin hizmetlerin kalitesini değerlendirmede yetersiz kalmasının en önemli sonucu, hizmetlerin kalite kavramının fiziksel mallara göre çok daha sübjektif olmasıdır[59].

> *Bir hizmet sadece sunum sürecinin kalitesini ölçmeye yaramaktadır. Fakat gerçekte ihtiyaç duyulan nokta çok özel ölçüm yöntemleri geliştirmek, hizmetin toplam kalitesini ölçebilmektedir. Hizmetin toplam kalitesini ölçmek çok zordur. Çünkü hizmetin belli bir maldan çok bir eylem olması, hizmet çıktısının sadece çıktıya veya sadece hizmetin sunum sürecinin kalitesine göre değerlendirilmesini imkânsız kılmaktadır. Asıl amaç hem sürecin hem de hizmet çıktısının kalitesini birlikte ölçebilmektedir. Sonuç olarak; fiziksel mallar için geliştirilmiş kalite kontrol yöntemleri bu ihtiyacı karşılamakta yetersiz kalmaktadır.*[60]

Marketing, Vol.58, January 1994, s. 119.

[58] James M. Carman, "Consumer Perceptions of Service Quality:An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", **Journal of Retailing**, Vol. 66, No. 1, Spring 1990, s. 50.

[59] Hüsniye Örs, ''Kurumsal Bankacılık Sektöründe Algılanan Toplam Hizmet Kalitesini Ölçmeye Yönelik Olarak Geliştirilen Çok Parçalı Bir Ölçek'', **Pazarlama Dünyası**, Yıl. 17, Sayı. 2003-3. Mayıs-Haziran 2003, s. 16.

[60] Değermen, **a.g.e.,** s. 32-33.

Bazı araştırmacılara göre kaliteli hizmet üretilmesini engelleyen durumlar;

Yönetim tüketicilerin isteklerini çeşitli nedenlerle her zaman doğru olarak algılayamaz, doğru olarak algılasalar bile tüketicinin ihtiyacını karşılayacak hizmetin özelliklerini belirlemekte yetersiz kalabilirler. Hizmetin özellikleri iyi tanımlanmış olsa bile hizmetin sunumu sırasında iyi eğitilmemiş personel hizmet standartlarını tutturma konusunda yetersiz kalabilirler.

Tüketicilerin bekleyişleri, reklam, tanıtım, satış promosyonu ve satış elamanından etkilenir. Tüketiciye vaat edilenlerle işletmenin sunumu uyumlu olmalıdır.

Bazı durumlarda tüketicinin beklentisi ile algıladığı hizmet arasında yanlış anlaşılma nedeniyle farklılık olabilir.

2.5. BELEDİYELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ İLE İLGİLİ YAPILAN BAZI ARAŞTIRMALAR

"Belediye hizmetlerinde halkın memnuniyetinin ölçülmesine yönelik bir çalışma: Yozgat belediyesi örneği"[61] adlı çalışmada demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Genel olarak hizmetlerin yeterli olmadığı, memnuniyetin düşük olduğu ve yapılan hizmetler konusunda vatandaşların bilgi sahibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Fatih yüksel, Osman Çevik, Kadir Ardıç, Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi: Tokat Belediyesinde Bir Uygulama adlı bir araştırmalar yapmışlardır.[62]

Belediyelerde hizmet kalitesini ölçmeye yönelik olarak Şevkinaz Gümüşoğlu ve arkadaşlarının, "Belediyelerde Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin

[61] Mehmet KARA, Maşide GÜRCÜ "Belediye hizmetlerinde halkın memnuniyetinin ölçülmesine yönelik bir çalışma: Yozgat belediyesi örneği" Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 2, 2010 ISSN: 1309 -8039 (Online)

[62] Fatih yüksel, Osman Çevik, Kadir Ardıç, "Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi:Tokat Belediyesinde Bir Uygulama",Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt:13, Temmuz, s.63-81

Servqual Hizmet Kalitesi Modeli ile Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama" isimli araştırma yapmışlardır.[63]

> *"Giresun il merkezinde "Belediyelerde Hizmet Kalitesin Seçmen Bağlılığı Üzerine Etkisi" isimli çalışmada seçmenlerin bilgilendirilmesi ve önemsenmesi diğer faktörlerden daha önemli bir belediye hizmeti olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda algılanan hizmet kalitesi hem tutumsal hem davranışsal seçmen bağlılığını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir gibi bir sonuca ulaşılmıştır (Usta vd., 2009:230-231).*
>
> *Muğla ilinde yapılan başka bir uygulamada, boyutlar bazında belediye hizmetlerinin beklenen düzeyi ile Muğla belediyesinin performansı arasındaki farkın en az temizlik boyutunda en fazla farkın ise finansman boyutunda olduğu saptanmıştır. Temizlik boyutunun dışındaki diğer tüm boyutlarda cevaplar açısından bay ve bayanlar arasında bir fark gözlenmemiştir (Gümüşoğlu vd., 2003:166).*
>
> *Kayseri Büyükşehir örneği üzerinde yapılan bir uygulamada tüketicilerin demografik özellikleri itibariyle algıladıkları değer boyutları arasında birbirinden farklılıklar bulunmuştur (Sarıyer, 2008:183).*
>
> *Başka bir çalışmada, Tokat il merkezinde yaşayan vatandaşların belediye hizmetlerinden memnuniyeti ölçülmüştür. Araştırmanın sonucuna göre faktörler arasında en yüksek yükleme yapılan faktör vergi kazanımı ve artırımı iken en düşük faktör ortalaması belediyenin ekonomik faaliyetlerinde bulunmuştur. Hizmet kalitesinden memnuniyetle yaş arasında anlamlı bir ilişki mevcut ve yaş artışıyla memnun olma seviyesinin yükseldiği görülmüş gelir düzeyi açısından anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (Ardıç vd., 2004:77)."*[64]

[63] Gümüşoğlu, Şevkinaz, Sabri Erdem, Güzin Kavrukkoca , Aşık Özdağoğlu: ''Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama'', http://www.eu.edu.tr/userweb/sabri.erdem/dosyalar/sabri-erdem-iku.pdf,2009

[64] Mehmet KARA, Maşide GÜRCÜ "Belediye hizmetlerinde halkın memnuniyetinin ölçülmesine yönelik bir çalışma: Yozgat belediyesi örneği" Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 2, 2010 ISSN: 1309 -8039 (Online)

Çalışmanın ikinci bölümünde Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin, hizmet kalitesi algıları ve belediyenin bireylerin beklentilerini karşılama düzeyini belirlemek amacıyla hizmet kalitesinin boyutları, ölçümü ve belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, hizmet kalitesi algısını etkileyen unsurlar araştırılmaktadır. Bu amaçla belediyelerde hizmet kalitesi ve hizmet kalitesi boyutlarının belediye hizmetlerine uyarlanması yapılmış ve belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin memnuniyeti üzerinde durulmuştur. Ayrıca belediyelerde hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili yapılan bazı araştırmalara yer verilmiştir.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin belediyeden bekledikleri hizmet ile algıladıkları hizmet arasında bir farkın olup olmadığı Servqual ölçeği ile ölçülmeye çalışılmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ VE GÜNGÖREN BELEDİYESİ HİZMETLERİYLE İLGİLİ BİR UYGULAMAMA

Bu çalışmada belediyenin daha iyi hizmet sunması için neler yapılması gerektiği belirlenmeye çalışılmaktadır. Belediye hizmetlerini kullanan bireylerin, algılamalarını belirlemek ve ilgili yerlere hizmet kalitesini iyileştirmeleri için önerilerde bulunmak da gereklidir.

Bu bölümde hizmet kalitesini belirlemeye yönelik olarak İstanbul'un ilçelerinden Güngören'de yaşayan bireylerin, belediye hizmetlerine ilişkin bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki fark Servqual Hizmet Kalitesi Modeli ile ölçülmeye çalışılmaktadır.

Güngören belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişki incelenmektedir. Hizmet kalitesini artırmaya yönelik hangi tür çalışmalara önem verilmesi gerektiği belirlenmeye çalışılmaktadır.

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE ÖNEMİ

Araştırmanın konusu; belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, aldıkları belediye hizmetlerinin kalitesinin belirlenmesidir. Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylere anket uygulaması yapılarak belediye hizmetlerinden beklentileri ile algıladıkları hizmetin karşılaştırılması esasına bağlı olarak bir çalışma yürütülmektedir.

Araştırmanın önemi; kamu sektöründe, belediye hizmetlerinden yaralanan bireylerin memnuniyeti yönetim faaliyetleri açısından önemlidir. Bu nedenle rekabet şartlarına kamu kuruluşları da uymak mecburiyetinde kalmaktadır. Kamu hizmeti veren kuruluşlar açısından, kamu hizmetinden yararlananların hizmet kalitesini nasıl algıladıklarının belirlenmesi, hizmet kalitesini iyileştirme çabalarının daha etkin sonuçlar verebilmesi açısından da önemlidir.

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, hizmeti alırken önem verdikleri özelliklerin bilinmesi, kamu kuruluşlarının gelişim ve değişim stratejileri oluşturmasına yardımcı olacaktır.

Belediye yöneticilerinin yönetimde kalabilmesi için toplumun beklentilerine cevap verebilmeleri gerekmektedir. Bu nedenle belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin hangi hizmetlere ne derece önem verdikleri ve toplumsal kaynakların etkin ve verimli kullanımının önemsenmesi gerekmektedir. Bunların gerçekleştirilebilmesi için de hizmet kalitesinin bilimsel yöntemlerle ölçülmesi gerekmektedir.

3.2.ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLARI

3.2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin, algıladıkları hizmet kalitesini belirlemek; beklenen hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında fark olup olmadığını saptamak araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Ayrıca sosyo-demografik özellikleri farklı olan bireylerin, algıladıkları hizmet kalitesinin de farklı olup olmadığını saptamak amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda belirlenen alt amaçlar şu şekilde sıralanabilir;

1. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, alınan belediye hizmetleri ile ilgili algılarını belirlemek,
2. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, belediye hizmetlerinden beklentilerini belirlemek,
3. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, belediye hizmetleri ile ilgili genel memnuniyet düzeylerini belirlemek,
4. Katılımcılarının demografik özelliklerine göre, beklenen hizmet kalitesi ve algılanan hizmet kalitesi farklılıklarını belirlemek,
5. Sonuçlar arasındaki farklara göre öneriler geliştirmek.

3.2.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE KISITLARI

2010 yılı TÜİK verilerine göre nüfusu 311.672 olan Güngören 1950'lerden beri Karadeniz, Doğu, Güneydoğu, Orta Anadolu, Trakya bölgeleri ile Bulgaristan ve Romanya'dan göç almıştır. 1960'dan önce ziraat ve hayvancılık yapılan bölgede yoğun göç nedeniyle tarım ve hayvancılık yapılan yerler beton binalarla doldurulmuş, bölgedeki tarım ve hayvancılık ölmüş bunun yanında ticaret, tekstil ve hizmet sektörü gelişmiştir.

> *Güngören Merter tekstil bölgesi özellikle 1983'den sonra oluşmuş ve gelişmiştir. Merter tekstil bölgesi ilçe sınırları içinde 500.000 m^2 alanı kapsamaktadır. Bölgede hazır giyim, tekstil ve ilgili yan sanayi sektöründe çoğunlukla üretici olarak faaliyet gösteren yaklaşık 3000 işletme vardır. Merter Tekstil Merkezi E-5 karayoluna ve Atatürk Hava Alanı'na yakınlığı nedeniyle diğer bölgelere göre daha avantajlı olup Merter'den neredeyse tüm dünya ülkelerine tekstil ihraç edilmektedir*[1].

İlçede ulaşım İETT otobüsleri ve minibüslerle sağlanmakla birlikte, iki metro istasyonu, Bağcılar ile Zeytinburnu arasında çalışan tramvay hattı ulaşımı rahatlatmaktadır.

Güngören İlçe belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik, sosyoekonomik özellikleriyle birlikte, bireylerin belediye hizmetlerinden ne ölçüde yararlandığını gösteren faktörler hakkında anket çalışmasıyla bilgiler edinip bu bilgilerin istatistiksel analizini yaparak amaca ulaşılmaya çalışılmaktadır.

Bu araştırma Güngören İlçesi ile sınırlıdır. Araştırma sonuçları diğer belediyeleri de kapsayacak şekilde genelleme yapılamaz. Araştırma, anket uygulamasının yapıldığı 01 Nisan 2014 ile 30 Ekim 2014 tarihleri arasında belediye hizmetlerinden yararlanan bireyler ile sınırlıdır. Araştırmada toplanan veriler, bireylerin verdikleri yanıtlar ve bu yanıtların doğruluğu ile sınırlıdır.

[1] Merter Dergisi, Mart-Nisan 2000, Yıl:5, Sayı:47,s.6

3.3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.3.1. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ

Araştırma modelinde yer alan **bağımsız değişkenler**, bireylerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin değişkenlerdir. (Bireylerin Cinsiyeti, Yaşı, Gelir düzeyi, Eğitim düzeyi, Medeni durum). **Bağımlı değişkenler** ise algılanan hizmet kalitesine ilişkin değişkenlerdir. Hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan ölçek Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdikleri 22 değişkenden oluşan Servqual ölçeğidir.[2] Servqual ölçeği belediye hizmetlerine göre uyarlanmıştır.[3] Araştırmada hizmet kalitesi algılaması 31 değişken açısından belirlenmiştir. Ve Güngören belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylere uygulanmıştır.

Aşağıda yer alan değişkenler 5'li Likert ölçeğinde bireylerin hem beklentileri hem de algılamaları ile ilgili değerlendirmelerini belirlemede kullanılmaktadır.

Hizmet kalitesine ilişkin toplam 31 değişkeni şu şekilde sıralayabiliriz;

Fiziki koşullara bağlı değişkenler

1.Belediyenin modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahip olması ve hizmetlerde kullanılan araç ve gereçlerin göze hoş görünür olması

2. Belediye çalışanlarının temiz ve düzgün görünüşlü olması

Çalışanlara duyulan güvene bağlı değişkenler

3. Belediyenin verdiği sözü zamanında yerine getirmesi

4. Belediyenin halkın sorunlarını çözmek için samimiyet göstermesi

5. Belediye ilk seferde ve doğru hizmet vermesi

6. Belediyenin çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermesi

7. Belediyenin çalışmaları ile ilgili kayıtların tutulmasına özen göstermesi

---

[2] Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman: "The Bahavioral Consequences of Service Quality", **a.y.**, s. 38-40

[3] James M. Carmen, ''Consumer Perceptions of Servise Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions'', **Journal of Retailing**, Vol.66, No.1, Spring 1990, s. 50-51

Belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimlerine bağlı değişkenler

8. Belediye çalışanlarının bilgi ve becerisinin yeterli olması, yardım etmeye istekli ve gönüllü olması
9. Belediye çalışanlarının halkta güven duygusu uyandırması

Adil ve eşit davranılıp davranılmadığı, bununla birlikte çalışma saatlerine bağlı değişkenler

10. Belediyenin herkesle adil olarak ilgilenmesi
11. Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olması

Temizlik algısına bağlı değişkenler

12. Belediyenin çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermesi
13. Temizlik hizmetlerinin verildiği zaman ve koşulların uygun olması

Denetim çalışmalarının yeterli olup olmadığına bağlı değişkenler

14. Belediyenin denetim hizmetlerine önem vermesi
15. Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygun olması

Haberleşme hizmetlerine ilişkin değişkenler

16. Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılabilir olması
17. Belediyenin şikâyetleri ciddiye alarak dinlemesi
18. Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmesi

İmar çalışmalarına ilişkin değişkenler

19. Belediyenin imar hizmetlerinin ihtiyaçları karşılaması
20. Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemesi
21. Belediyenin alt yapı çalışmalarında ilgili kurumlarla işbirliği içinde çalışması
22. İmar hizmetlerinin hukuka uygun ve adil yürütülmesi

Ulaştırma hizmetlerine ilişkin değişkenler

23. Toplu ulaşım araçlarının sayıları, bunlara ait güzergâh ve durakların yeterli olması
24. Belediyenin otopark sorununu gidermeye çalışması

Kültür hizmetlerine ilişkin değişkenler

25. Belediyenin sosyal ve kültürel etkinlikler yapması
26. Belediyenin halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapması
27. Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya önem vermesi

28. Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermesi
29. Belediyenin yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına katkıda bulunması

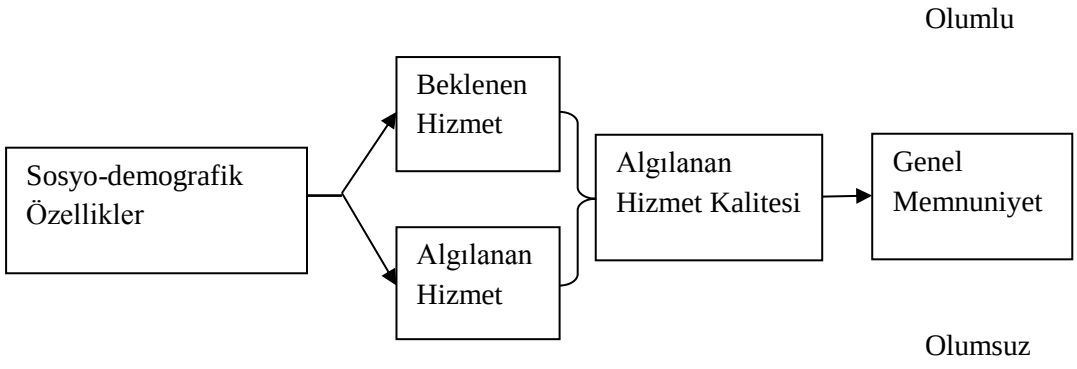
Finansman kaynaklarının yeterliliğine ilişkin değişkenler

30. Belediyenin kaynaklarının yeterli olması
31. Belediye kaynaklarının etkin ve verimli kullanılması

Sosyo-demografik değişkenler, hizmet kalitesine ilişkin değişkenler ve belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin sunulan hizmetlerden yeterince haberdar olup olmadığı, bu hizmetler ile ilgili bilgileri hangi kaynaklardan temin ettikleri ve aldıkları hizmetten memnuniyet derecelerini belirlemeye yönelik değişkenler de araştırma kapsamına alınmıştır.

3.3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmada SERVQUAL hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılacaktır. Model, araştırmanın amacı ve hipotezleri doğrultusunda hazırlanmış ve bireylerin demografik özelliklerine bağlı olarak bekledikleri hizmet ile algıladıkları hizmet arasındaki farka dayanmaktadır.[4]



Şekil 3. 1. Araştırmanın Modeli

[4] Kemal Kurtuluş, **Pazarlama Araştırmaları: Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş,** 8. Basım Literatür Yayıncılık, 8. Basım, Ekim, 2006, s. 435

Modele göre; belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin demografik özellikleri, algılanan ve beklenen hizmeti etkileyeceği düşünülmektedir. Bu modele göre; beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark, algılanan hizmet kalitesini etkilemektedir. Algılanan hizmet kalitesi ise genel memnuniyet düzeyini etkilemektedir. Bu araştırmada memnuniyetin olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğu incelenecektir.

3.3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

1. Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemeye yönelik olarak hazırlanan birinci hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin belediye hizmetlerinden beklentileriyle algılamaları arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin belediye hizmetlerinden beklentileriyle algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

2. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik özellikleriyle algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına yönelik olarak hazırlanan ikinci hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özelikleriyle algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleriyle algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

3. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik özelikleriyle beklenen hizmet kalitesi arasında anlamlı ilişkinin olup olmadığına yönelik olarak hazırlanan üçüncü hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleriyle bekledikleri hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleriyle bekledikleri hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

4. Algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına yönelik olarak hazırlanan hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.3.4. ARAŞTIRMANIN ANA KÜTLESİ VE ÖRNEK SEÇİMİ

Araştırmanın ana kütlesini, Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireyler oluşturmaktadır. Belediye sınırları içinde yaşayan bireylerin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet kısıtlaması nedeniyle olanaklı olmamıştır. Tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenecek bireylerin her birine ulaşma imkânları zor ve başarı ile gerçekleştirilebilmesi güç bir süreç olduğundan dolayı tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme metodu seçilmiştir. Örnekleme sürecinde öncelikle örnek büyüklüğü belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına Güngören Belediyesi hizmetlerinden 01 Nisan 2014 ile 30 Ekim 2014 tarihleri arasında faydalanan bireyler dâhil edilmiştir.

Örnek büyüklüğünün saptanması merkezi limit teoremi aracılığıyla standart hata formülüne dayanılarak yapılmaktadır.

Araştırmamızda % 96 güven sınırları için standart sapma miktarı Z= ± 1,96 ve oransal değerler üzerinden yanılma payı **e =** 0,05 kabul edilmiştir. Her bir standart sapmaya düşen yanılma payı $\frac{\mathbf{e}}{\mathbf{z}}$ olmak üzere örnekleme formülü,

$$n = \frac{p(1-p)}{\left(\frac{e}{z}\right)^2}$$ dir.

Ana kütlede varyans ve standart sapmanın bilinmesi olanaksız olduğu için bunların tahmin edilmesi gerekir. Bu oranların en yüksek olduğu p (1-p) = 0,5x0,5 değeri esas alınabilir.

Örnekleme büyüklüğü;

$$n = \frac{p(1-p)}{\left(\frac{e}{z}\right)^2} = \frac{0,5.0,5.\ 1,96^2}{0,05^2} = 384,16$$

385 olarak belirlenmiştir. Bunun ana kütle içindeki oranı % 5'den büyük ise yani $\frac{n}{N} \succ 0,05$ ise hesaplanan örnek büyüklüğü düzeltme faktörü ile çarpılarak küçültülür.

$$\text{Düzeltme faktörü} = \frac{N-n}{N-1}$$

Araştırmanın ana kütlesi Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireyler oluşturmaktadır. Güngören Belediyesi'nde oturan bireylerin tüm yaşamları boyunca en az bir kere belediye hizmetlerinden faydalandıkları varsayılırsa ana kütle yaklaşık olarak 300.000 kişiden oluşmaktadır.

$$\frac{n}{N} = \frac{385}{300000} = 0.0013 < 0.05$$

Örnek büyüklüğünün ana kütle içindeki oranı % 5'den küçük olduğu için düzeltme faktörü ile çarpmaya gerek kalmamıştır. Buna göre 385 kişiye anket uygulamasının yapılması yeterli olmaktadır. Buna rağmen 450 adet anket uygulanmış, hatalı formların çıkartılması sonucu 444 bireyden oluşan bir örnek büyüklüğü elde edilmiştir. Bu nedenle örnekleme hatası değişmiştir. Örnekleme hatası yeniden hesaplanarak;

$$n = \frac{p(1-p)}{\left(\frac{e}{z}\right)^2} \Rightarrow\ 444 = \frac{0,5.0,5}{\left(\frac{e}{1,96}\right)^2} = \frac{0,25.1,96^2}{e^2} \Rightarrow e^2 = \frac{0,25.1,96^2}{444} \Rightarrow e = 0,04651$$

oransal değerler üzerinden yanılma payı **e** = 0,0465 olarak bulunmuştur.

3.3.5. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARACI

Bilgilerin toplanması sırasında çeşitli kitap, dergi, makaleler incelenmiş, hizmet sektörü hakkında bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Araştırmada öncellikle değişkenlere yönelik kaynak taraması yapılmıştır. Literatürde hizmet kalitesi algılamasının ölçümünde Algılanan Toplam Kalite Modeli, Servqual Hizmet Kalitesi, Servperf hizmet Kalitesi, Perakende Hizmet Kalitesi Modeli gibi ölçekler kullanılmıştır. Hizmet kalitesinin ölçümünde en yaygın olarak kullanılan Servqual ölçeği tercih edilmiştir.

Zeithaml, Berry ve Parasuraman'ın geliştirdikleri Servqual ölçeği 22 ifadeyle, hizmet kalitesine ilişkin beklentileri ve algılamaları arasında fark olup olmadığını belirlenmesine yardımcı olan en yaygın yöntemdir.[5]

Servqual Hizmet Kalitesi ölçeğinde yer alan beş hizmet kalitesi boyutu hizmet türüne göre değişiklik gösterdiğinden, ölçekteki ifadelerin hizmetin türüne göre uyarlanması gerekmektedir. Servqual ölçeğinde yer alan ifadeler gözden geçirilerek anlamlı değişikliklerden sonra 31 ifade olarak Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylere uygulanmıştır. Çalışmamızda veriler yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket formu hazırlanmadan önce kapsam geçerliliği yapılmış, ölçeği oluşturan maddelerin, ölçülmek istenen davranışı ölçmede yeterli ve uygun ifadeler olup olmadığına bakılmıştır.

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin memnuniyetini belirlemek için beklenen ve algılanan hizmet düzeylerini belirlemeye yönelik olarak, Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen 'Servqual' ölçeği[6], Güngören Belediyesi'nin hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılmıştır. Ek 1'de verilen ankette 31 soru hizmet kalitesini ölçmek için kullanılmış[7], Hazırlanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, cevaplayacakların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, ailesinin toplam aylık geliri, eğitim durumu, medeni durum) belirlemek için 9 soru sorulmuştur. İkinci bölüm ise 31 yargıdan oluşmaktadır.

---

[5] Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman**,** s. 38-40.
[6] Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman, **a.g.e.,** s. 38-40.
[7] Gümüşoğlu, **a.g.e.,** s.1-10

İkinci bölümde yer alan sorular ile örneklemdeki kişilerin beklenen hizmet kalitesini ve belediyenin sunduğu algılanan hizmet kalitesini belirlemek amaçlanmaktadır.

Anketteki değişkenler Servqaul Hizmet Kalitesi ölçeğinin belediye hizmetlerine uyarlanmasıyla belirlenmiştir. Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin, belediye hizmet kalitesi beklentileri ve algılamalarının her biri 31 değişkenden oluşmakta ve 5'li Likert ölçeği ile ölçülmektedir.

Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleri beş değişkenden oluşan nominal ve aralıklı ölçek ile sorulan sorulardan oluşmaktadır.

3.3.6. ARAŞTIRMADA KULLANILAN İSTATİSTİKSEL YÖNTEMLER

Anket, toplam 31 sorunun cevapları Likert tipi ölçekleme yöntemine göre derecelendirilmiştir. Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında 'SPSS for Windows 17.0 yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir.

İki değişken arasında ilişki olup olmadığı, eğer ilişki varsa bu ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek için çeşitli istatistiksel tekniklerden faydalanılmıştır.

İstatistiksel analiz teknikleri olarak;

Frekans dağılımı, belediye hizmetlerinden yararlanan ve ankete katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklere göre yüzde dağılımını göstermektedir.

Güvenilirlik analizi (Cronbach Alfa), kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için, Faktör analizi, algılanan hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek için kullanılmıştır.

Pearson korelasyon analizi, ölçekler arası ilişkileri saptamak ve bağımlı değişkenin bağımsız değişkene bağlı olarak nasıl hangi yönde değişeceğini saptamak için kullanılmıştır.

T-testi ve tek yönlü varyans analizleri beklenti ve algı arasında fark olup olmadığını test etmek için kullanılmıştır.

> "*Bağımsız örnek t– testi, iki ilişkisiz grup ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılır.*[8] *İkiden fazla grup parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Tek yönlü (One way) Anova testi ve farklılığa neden olan grubun tespitinde Post Hoc Tukey testi kullanılır. Tek yönlü varyans analizi, ilişkisiz ikiden daha çok örneklem ortalaması arasındaki farkın sıfırdan anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını test etmek üzere uygulanır.*[9]

3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Veri ve bilgilerin analizi SPSS 17. 0 paket programı kullanılarak yapılmıştır.

3.4.1. BİREYLERE GÖRE FREKANS DAĞILIMLARI

Güngören Belediyesi hizmetlerinden haberdar olup olmama durumunu, belediye hizmetleriyle ilgili haber kaynaklarını, belediye hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyini ve demografik özellikleriyle ilgili bilgiler vermiş olan bireylerin yüzde durumu Tablo3.1'de verilmiştir.

Tablo 3. 1. Bireylere göre frekans dağılımı

Statistics										
		Haberdarmı?	Haber Kaynağı	Memnuniyet	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Aylık gelir	Medeni durum	Mahalle
N	Valid	444	444	444	444	444	444	444	444	444
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

[8] Şeref Büyüköztürk, **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**, 2. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara,2002, s.39.
[9] **A. e.,** s.40.

3.4.1.1. Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Frekans Dağılımları

Güngören belediyesi hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklerine göre frekans dağılımları incelenmiş ve aşağıda gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetlerine göre dağılım. Belediye hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 3. 2'de görülmektedir. Bunların % 44,4'ü kadın ve % 55,6'sı erkektir.

Tablo 3. 2. Cinsiyetlere göre dağılım

Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadın	197	44,4	44,4	44,4
	Erkek	247	55,6	55,6	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Medeni duruma göre dağılım. Belediye hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin medeni durumlarına göre dağılımı Tablo 3. 3'de görüldüğü gibidir. Bunların %74,3'ü evli ve % 25,7'si bekârdır.

Tablo 3. 3. Medeni duruma göre dağılım

Bireylerin Medeni Durumuna Göre Dağılım					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekar	114	25,7	25,7	25,7
	Evli	330	74,3	74,3	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Yaş gruplarına göre dağılım. Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin yaşlarına göre dağılımı Tablo 3. 4'de görülmektedir.

Tablo 3. 4. Yaş gruplarına göre dağılım

Bireylerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30 aralığı	100	22,5	22,5	22,5
	31-43 aralığı	98	22,1	22,1	44,6
	44-56 aralığı	116	26,1	26,1	70,7
	57-69 aralığı	130	29,3	29,3	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin % 22,5'i 18-30 yaş aralığında, % 22,1'i 31- 43 yaş aralığında, % 26,1'i 44-56 yaş aralığında ve % 29,3'ü 57- 69 yaş aralığındadır.

Eğitim durumuna göre dağılım. Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumuna göre dağılımı Tablo 3. 5'de görülmektedir.

Tablo 3. 5. Eğitim durumuna göre dağılım

Bireylerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İlk öğretim	97	21,8	21,8	21,8
	Lise	194	43,7	43,7	65,5
	Üniversite,Yüksek Lisans/Doktora	153	34,5	34,5	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin; % 21,8'i ilköğretim, % 43,7'si lise, % 34,5'i üniversite lisans ve daha yüksek seviyede eğitim almıştır.

Aylık gelir düzeyine göre dağılım. Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin aylık gelir durumuna göre dağılımı Tablo 3. 6'de görülmektedir.

Tablo 3. 6. Aylık Gelir düzeyine göre dağılım

Aylık gelir durumu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1500 ve altı	215	48,4	48,4	48,4
	1501-3000 arası	108	24,3	24,3	72,7
	3001-4500 arası	48	10,8	10,8	83,6
	4501-6000 arası	38	8,6	8,6	92,1
	6001-7500 arası	25	5,6	5,6	97,7
	7501 ve üstü	10	2,3	2,3	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu'nun 2014 yılında yaptırmış olduğu bir araştırmaya göre 4 kişilik bir ailenin yoksulluk sınırı 3.876 TL dır. Buna göre Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin yaklaşık % 83'ü yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır. Ailede birden fazla kişinin çalışarak yaşamını sürdürdüğü sonucuna varılabilir. 7501TL ve üzerinde aylık gelire sahip olanların oranı % 2,3 olduğu da göz önüne alınırsa yoksulların yaşadığı bir bölge denilebilir. 2014 yılında asgari ücret de 949 TL dir.

Mahallelere göre dağılım. Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin oturduğu mahallelere göre dağılımı Tablo 3. 7'da görülmektedir.

Tablo 3. 7. Mahallelere göre dağılım

Mahallelere göre dağılım					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akıncılar mah.	39	8,8	8,8	8,8
	A. Nafiz Gürman	41	9,2	9,2	18,0
	Gençosman mah.	38	8,6	8,6	26,6
	Güneştepe mah.	40	9,0	9,0	35,6
	Güven mah.	42	9,5	9,5	45,0
	Haznedar mah.	38	8,6	8,6	53,6
	Mareşal Çakmak	40	9,0	9,0	62,6
	Merkez mah.	40	9,0	9,0	71,6
	M. Nesih Özmen	41	9,2	9,2	80,9
	Sanayi mah.	38	8,6	8,6	89,4
	Tozkoparan mah.	47	10,6	10,6	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Bu tabloya göre araştırmaya en fazla katılım % 10,6 ile Tozkoparan mahallesinde, en az katılım da % 8,6 ile Gençosman, Haznedar ve Sanayi mahallelerinde olmuştur. Genel olarak mahallelerden araştırmaya katılım oranı yaklaşık % 9 olmuştur.

3.4.1.2.Bireylerin Güngören Belediyesi'nin Hizmetlerinden Haberdar Olup Olmama Durumu

Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin belediye hizmetlerinden haberdar olup olmama durumu Tablo 3. 8'de görülmektedir.

Tablo 3. 8. Belediye Hizmetlerinden haberdar olup olmama durumu

Haberdar olup olmama durumu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	119	26,8	26,8	26,8
	Kısmen	162	36,5	36,5	63,3
	Hayır	163	36,7	36,7	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin; % 26,8'i Güngören Belediyesi'nin sunduğu hizmetlerden haberdar olduğunu, % 36,5'i kısmen haberdar olduğunu, % 36,7'si belediyenin sunduğu hizmetlerden haberdar olmadığını belirtmiştir.

Bu durumda Güngören Belediyesi'nin sunduğu hizmetlerden yararlanan bireylerin % 63,3'ü belediye hizmetlerinden haberleri olmaktadır.

3.4.1.3. Bireylerin Güngören Belediyesi'nin Hizmetlerine İlişkin Haber Kaynakları

Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin belediye hizmetleriyle ilgili bilgileri aldıkları kaynaklara göre dağılımı Tablo 3. 9'da görülmektedir.

Tablo 3. 9. Belediye ile ilgili haber kaynaklarına göre dağılım

Haber Kaynaklarına Göre Dağılım					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kitle iletişim araçlarından	108	24,3	24,3	24,3
	Billboard'lardan	111	25,0	25,0	49,3
	Belediyenin internet sayfasından	131	29,5	29,5	78,8
	Kişisel bağlantılarımdan	53	11,9	11,9	90,8
	Haberdar değilim	41	9,2	9,2	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin; % 24,3' ü kitle iletişim araçlarından, % 25,0'i billboardlardan, % 29,5'i belediyenin internet sayfasından, % 11,9'u kişisel bağlantılarından, belediye hizmetleriyle ilgili bilgileri alıyor. % 9,2'si Güngören belediyesinin sunduğu hizmetlerden haberdar değildir.

3.4.1.4. Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Genel Memnuniyet Düzeyleri

Anketin 3.sorusu olan "Güngören Belediyesi hizmetlerinden memnuniyetinizi belirtiniz" sorusuna, araştırmaya katılan bireylerin verdiği yanıtlara göre belediye hizmetleriyle ilgili genel memnuniyet düzeyleri Tablo 3.10'de görülmektedir.

Tablo 3.10. Genel Memnuniyet Düzeyine Göre Dağılım

Genel Memnuniyet Düzeyine Göre Dağılım					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hiç memnun değilim	85	19,1	19,1	19,1
	Memnun değilim	142	32,0	32,0	51,1
	Ne memnun ne de memnun değilim	129	29,1	29,1	80,2
	Memnunum	84	18,9	18,9	99,1
	Çok memnunum	4	,9	,9	100,0
	Toplam	444	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin; %19,1'i hiç memnun olmadığını, %32,8'i memnun olmadığını, %29,1'i ne memnun ne de memnun olmadığını belirtmiştir. %18,9'u memnun olduğunu, % 0,9'u çok memnun olduğunu belirtmiştir.

3.4.1.5. Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Beklentilerine İlişkin Dağılımları

Güngören Belediyesinin hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan 444 bireyin, belediye hizmetlerine ilişkin beklenti soruları; B1'den B31'e kadar olan sorulara, bireylerin vermiş olduğu yanıtların ortalaması ve standart sapmaları Tablo 3.11'de görülmektedir.

Tablo 3.11. Bireylerin Beklentilerine Göre Ortalamalar ve Standart Sapmalar

Beklenti Soruları		Ortalama	Standart Sapma
B 1	Belediye modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahip olmalıdır. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünür olmalıdır.	4,44	0,58
B 2	Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temiz olmalıdır.	4,47	0,52
B 3	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmelidir.	4,47	0,52
B 4	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermelidir.	4,48	0,51
B 5	Belediye ilk seferinde ve doğru hizmet vermelidir.	4,48	0,50
B 6	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermelidir.	4,51	0,50
B 7	Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmalıdır.	4,48	0,54
B 8	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olmalıdır. Yardım etmeye istekli ve gönüllü olmalılar.	4,50	0,50
B 9	Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırmalı ve halka karşı saygılı olmalıdır.	4,51	0,50
B10	Belediye adil olarak herkesle ilgilenmelidir.	4,51	0,53
B11	Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olmalıdır.	4,45	0,52
B12	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.	4,49	0,53
B13	Temizlik hizmetlerinin verildiği zaman ve koşullar uygun olmalıdır.	4,47	0,53
B14	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.	4,48	0,51

(Devamı var)

(Devamı)

Beklenti Soruları		Ortalama	Standart Sapma
B15	Belediyenin denetim hizmetlerini yerine getirme biçimi uygun olmalıdır.	4,46	0,51
B16	Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmalıdır.	4,48	0,51
B17	Belediyede şikâyetler ciddiye alınmalıdır.	4,50	0,51
B18	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmelidir.	4,50	0,51
B19	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmelidir.	4,48	0,50
B20	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamalıdır.	4,50	0,54
B21	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmelidir	4,50	0,53
B22	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyumlu çalışmalıdır.	4,54	0,53
B23	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterli olmalıdır.	4,54	0,50
B24	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmalıdır.	4,51	0,52
B25	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmalıdır.	4,47	0,63
B26	Belediye halka yönelik tiyatro, seminer, konser ve panel gibi etkinlikler yapmalıdır.	4,44	0,66
B27	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermelidir.	4,45	0,63
B28	Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermelidir.	4,47	0,57
B29	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına katkıda bulunmalıdır.	4,43	0,58
B30	Belediyenin kaynakları yeterli olmalıdır.	4,49	0,50
B31	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli kullanmalıdır.	4,51	0,50
Genel Ortalama		**4,48**	**0,411**

Bireylerin beklentilere ilişkin sorulara verdiği yanıtlara ait ortalama değerleri incelendiğinde, bu ortalama değerlerinin her birinin "4" civarında olması ve yine genel ortalama değerinin de "4" civarında olması bireylerin Likert ölçeğine göre "katılıyorum" yargısını benimsediklerini göstermektedir. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin yüksek bir beklenti içerisinde oldukları anlaşılmaktadır.

3.4.1.6. Bireylerin Belediye Hizmetleriyle İlgili Algılamalarına İlişkin Dağılımlar

Güngören belediyesi hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılmış olan 444 bireyin algılamalarına ilişkin, A1'den A31'e kadar olan yargılara vermiş oldukları yanıtların ortalamasına ve standart sapmalarına göre dağılımları aşağıda Tablo 3.12'de verilmiştir.

Tablo 3.12. Bireylerin Algılamalarına Göre Ortalamalar ve Standart Sapmalar

Algı Soruları		Ortalama	Standart Sapma
A 1	Güngören Belediyesi modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahiptir. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünmektedir.	3,22	1,17
A 2	Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temizdir.	3,27	1,08
A 3	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmektedir.	2,56	1,09
A 4	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermektedir.	3,23	1,11
A 5	Belediye ilk seferde ve doğru hizmet vermektedir.	2,11	0,93
A 6	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermektedir.	2,43	1,06
A 7	Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmaktadır.	2,67	0,85
A 8	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterlidir. Yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.	3,33	1,06
A 9	Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırır ve halka karşı saygılıdır.	3,33	1,09
A10	Belediye adil olarak herkesle ilgilenmektedir.	2,01	1,01
A11	Belediyenin çalışma saatleri halka uygundur.	4,03	1,08
A12	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.	3,94	1,10

(Devamı var)

(Devamı)

Algı Soruları		Ortalama	Standart Sapma
A13	Temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygundur.	3,92	1,15
A14	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.	2,24	1,13
A15	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygundur.	2,36	1,08
A16	Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmaktadır.	3,23	1,23
A17	Belediyede şikâyetler ciddiye alınmaktadır.	3,11	1,09
A18	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmektedir.	2,47	1,04
A19	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmektedir.	1,92	0,88
A20	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamaktadır.	2,13	1,12
A21	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemektedir.	2,60	1,02
A22	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyumlu çalışmaktadır.	1,93	0,98
A23	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterlidir.	1,91	0,82
A24	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmaktadır.	3,61	1,30
A25	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmaktadır.	2,79	1,13
A26	Belediye halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapmaktadır.	2,61	1,05
A27	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermektedir.	2,13	0,92
A28	Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermektedir	2,13	0,89
A29	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına da katkıda bulunmaktadır.	2,25	0,95
A30	Belediyenin kaynakları yeterlidir.	3,93	1,10
A31	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli kullanmaktadır.	1,92	0,93
Genel Ortalama		**2,75**	**0,656**

Bireylerin algılara ilişkin sorulara verdiği yanıtlara ait ortalama değerleri incelendiğinde, bu ortalama değerlerinin "3" civarında olması ve yine genel ortalama değerinin de "3" değerine yakın olması bireylerin Likert ölçeğine göre "Ne katılıyorum ne katılmıyorum" yargısını benimsediklerini göstermektedir. Ancak algı sorularına verilen yanıtların ortalama değerlerinin her biri tek tek incelendiğinde Likert ölçeğine göre, ortalama değerleri "2" civarında olan yargılarla ilgili olarak;

3., 5. ve 6. sorulara verilen yanıtlara göre, belediye çalışmalarıyla ilgili halka yeterince bilgi verilmediği, belediyenin verdiği sözü zamanında yerine getirmediği, ilk seferde ve doğru hizmet verilmediği,

10. soruya verilen yanıta göre, belediyenin adil olarak herkesle ilgilenmediği,

14. ve 15. sorulara verilen yanıtlara göre, belediyenin denetim hizmetlerine gereken önemi göstermediği, denetim hizmetlerinin yerine getirilme biçiminin uygun olmadığı,

19., 20. ve 21. sorulara verilen yanıtlara göre, imar hizmetlerinin adil yürütülmediği ve ihtiyaçları karşılamadığı, kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verildiği,

22. soruya verilen yanıta göre, belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyumlu çalışmadığı,

25., 26., 27., 28., 29., sorulara verilen yanıtlara göre, belediyenin sosyal ve kültürel etkinliklerinin, halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapmadığı; öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermediği; yaşlı ve düşkünlerin yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermediği ve ilçenin tanıtımına da katkı verilmediği,

12. ve 13. sorulara verilen yanıtların her birinin ortalama değerlerinin "4" civarında olması, belediyenin çevre ve temizlik hizmetlerine ve bu hizmetlerin yapıldığı zaman ve koşullara gereken önemi gösterdiği,

16. ve 17. sorulara verilen yanıtların her birinin ortalama değerlerinin "3" civarında olması ve 18. soruya verilen yanıtın da ortalama değerinin "2" civarında olması, şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kısmen kolayca ulaşılabildiği, şikâyetlerin kısmen ciddiye alındığı ancak şikâyetlere uygun sürede çözümler getirilmediği,

23. ve 24. sorulara verilen yanıtların ortalama değerlerinin sırayla“2” ve “4” civarında olması, belediyenin otopark sorununu gidermeye çalışmakta olmasına rağmen toplu ulaşım araçlarının sayılarıyla bunlara ait güzergâh ve durakların yeterli olmadığı,

30. soruya verilen yanıtın ortalama değerinin “4” e yakın olması ve 31. soruya verilen yanıtın ortalama değerinin “2” ye yakın olması belediyenin finans kaynaklarının yeterli olmasına rağmen bu finans kaynaklarının etkin ve verimli olarak kullanılmadığı sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Bu sonuçlara göre belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin yüksek bir beklenti içerisinde oldukları fakat bu beklentilerinin karşılanmadığı anlaşılmaktadır.

3.4.2. BEKLENEN HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN FAKTÖR VE GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Araştırmada beklenen hizmet kalitesini belirlemeye yönelik beşli Likert ölçeği ile hazırlanmış 31 soru bulunmaktadır. Değişkenler arasında belli bir oranda korelasyon varsa bu değişkenler arasında faktör analizi yapılabilir. Barlett testi değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığını gösterir. Eğer olasılık değeri (p) % 5 anlamlılık düzeyinden küçük ise değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli bir ilişki olur.

Tablo 3.13 de Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett test sonuçları verilmiştir. KMO değerinin % 60’ın üzerinde olması beklenir.

Tablo 3.13. Beklenen Hizmet Kalitesine İlişkin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett’s Test Sonuçları

Kaiser- Meyer- Olkin		**0,940**
Barlett’s Test of Sphericity	Yaklaşık Ki-Kare	16566,353
	df	465
	Anlamlılık	**0,000**

Araştırmada yapılan faktör analizlerine ilişkin Kaiser - Meyer Olkin (KMO) değeri 0,940 olarak bulunmuştur. Olasılık değerinin de 0,000 olduğu göz önüne alındığında analiz sonuçlarının anlamlı olduğu görülür.

Araştırmadaki beklenen hizmet kalitesi ölçeğinde, faktör boyutlarının gruplandırılması Principal Component Analysis (Temel Bileşenler Analizi) ve Varimax Rotasyonu kullanılmıştır. Analizler sonucunda toplam açıklanan varyans %100 bulunmuştur. EK-3 deki tablodan görüleceği gibi ölçmeye çalıştığımız Güngören Belediyesi hizmet kalitesindeki beklenti kavramının 11 alt boyuttan oluştuğu ve toplam varyansın % 100'ünün bu alt boyutlar tarafından açıklandığı görülmektedir.

Faktör yükleri 0,617-0,874 arasında değişiklik göstermektedir. Araştırmada 0,5'in altında olan faktör yükü bulunmamaktadır. Faktör analizi sonucunda 11 adet faktörün geçerli değişkenler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ölçeğin güvenilirliğine yönelik olarak ölçeğin tamamına Cronbach Alpha Analizi uygulanmış ve bu değer $\alpha = 0,958$ gibi yüksek bir oran bulunmuştur.

3.4.3. ALGILANAN HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN FAKTÖR VE GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Araştırmada algılanan hizmet kalitesini saptamaya yönelik olarak beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmış 31 soru bulunmaktadır. Değişkenler arasında belli bir oranda korelasyon varsa bu değişkenler arasında faktör analizi yapılabilir. Barlett testinin olasılık değeri (p) % 5 anlamlılık düzeyinden küçük ise değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki bulunmaktadır.

Tablo 3.14. Algılanan Hizmet Kalitesine ilişkin Kaiser - Meyer Olkin (KMO) ve Barlett's Test Sonuçları

Kaiser- Meyer- Olkin		**0,935**
Barlett's Test of Sphericity	Yaklaşık Ki- Kare	10369,270
	df	465
	Anlamlılık	**0,000**

Tablo. 3.14'de KMO ve Barlett test sonuçları verilmiştir. Kaiser - Meyer Olkin (KMO) değerinin % 60'ın üzerinde olması beklenir.

Araştırmada yapılan faktör analizlerine ilişkin Kaiser - Meyer Olkin (KMO) değeri 0,935'tir. Olasılık değeri 0,000 olduğundan değişkenler analiz yapmaya uygundur.

Algılanan Hizmet Kalitesi ölçeğinde, faktör boyutlarının gruplandırılmasında Principal Component Analysis (Temel Bileşenler Analizi) ve Varimax Rotasyonu kullanılmıştır. Analiz sonuçları EK- 4 deki tabloda gösterilmiştir.

Araştırmada yer alan algılanan hizmet kalitesi ölçeğinde, yapılan analizler sonucunda toplam açıklanan varyans %100 bulunmuştur. EK- 4 deki tablodan görüleceği gibi faktör yükleri 0,525-0,809 arasında değişiklik göstermektedir. Araştırmada 0,5'in altında olan faktör yükü bulunmamaktadır.

Ölçmeye çalıştığımız Güngören Belediyesi hizmet kalitesindeki algı kavramının 11 alt boyuttan oluştuğu ve toplam varyansın % 100'ünün bu alt boyutlar tarafından açıklandığı görülmektedir.

Ölçeğin güvenilirliğine yönelik olarak ölçeğin tamamına Cronbach Alpha analizi uygulanmış ve bu değer $\alpha = 0,915$ gibi yüksek bir oran bulunmuştur.

3.4.4. BİREYLERİN BELEDİYE HİZMETLERİNE İLİŞKİN BEKLENTİ VE ALGILAMALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Bu bölümde araştırmaya katılan bireylerin Güngören Belediyesi hizmetlerinden beklentileriyle algıladıkları hizmetler arasında fark olup olmadığına bakılmıştır.

Zeithaml, Berry ve Parasuraman'ın geliştirdikleri Servqual ölçeği, Hizmet kalitesine ilişkin beklentiler ve algılamalar arasında fark olup olmadığının belirlenmesine yardımcı olan en yaygın yöntemdir.[10]

[10] Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman, "The Bahavioral Consequences of Service Quality", a.y., s. 38-40.

Daha önce de belirtildiği üzere; hizmet ile ilgili beklentiler ve algılamalar 31 değişkenle ifade edilmiştir. Burada algılamalar ve beklentiler arasında farka bakılarak birinci hipotez test edilmektedir. Bu hipotezi test etmek için t-testi kullanılarak, % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak, beklentiler ile algılamalar arasında fark olup olmadığına bakılmaktadır.

Tablo 3.15. Beklenti Boyutları ve Algı Boyutları Arasında İlişki

Gruplar	**N**	**Ort.**	**Ss.**	**Korelasyon**	**t**	**p**
Fiziki Koşullar (Beklenti)	444	4,453	0,499	-0,124	21,440	**0,000**
Fiziki Koşullar (Algı)	444	3,242	1,020			
Güven (Beklenti)	444	4,484	0,443	-0,200	40,523	**0,000**
Güven (Algı)	444	2,599	0,790			
Sorumluluk (Beklenti)	444	4,502	0,476	-0,228	20,237	**0,000**
Sorumluluk (Algı)	444	3,330	1,021			
Adillik ve Eşitlik (Beklenti)	444	4,481	0,485	-0,074	33,002	**0,000**
Adillik ve Eşitlik (Algı)	444	3,019	0,763			
Temizlik (Beklenti)	444	4,483	0,514	-0,191	9,051	**0,000**
Temizlik (Algı)	444	3,927	1,095			
Denetim (Beklenti)	444	4,470	0,489	-0,057	39,233	**0,000**
Denetim (Algı)	444	2,296	1,033			
Haberleşme (Beklenti)	444	4,493	0,478	-0,167	29,416	**0,000**
Haberleşme (Algı)	444	2,936	0,931			
İmar (Beklenti)	444	4,505	0,477	-0,091	51,322	**0,000**
İmar (Algı)	444	2,146	0,800			
Ulaşım (Beklenti)	444	4,523	0,479	-0,147	37,619	**0,000**
Ulaşım (Algı)	444	2,760	0,795			
Kültür (Beklenti)	444	4,453	0,548	-0,047	43,309	**0,000**
Kültür (Algı)	444	2,384	0,819			
Finansman (Beklenti)	444	4,499	0,490	-0,140	36,139	**0,000**
Finansman (Algı)	444	2,927	0,709			

Tablo 3.15'te, **t** hesap değerlerinin hiçbirinin -1,96 ile + 1,96 arasında olmadığı görülmektedir. Bu durumda H_0 reddedilmekte ve H_1 kabul edilmektedir. "Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin belediye hizmetlerinden beklentileriyle algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır." Hipotezi kabul edilmektedir. Paired Samples Test tablosunun Sig. (Anlamlılık) sütunundaki değerin 0,00 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05'den küçük olduğu için, bireylerin belediye hizmetlerinden beklentileri ile algılamaları arasındaki farkın $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz. Gözlem sayısının 30'dan büyük olması nedeniyle, ortalamaların karşılaştırılmasında parametrik bir test olan **t** testinin kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Tablo 3.15'te, **t** değerleri pozitif olduğuna göre; bireylerin belediye hizmetlerine ilişin algılamalarının beklentilerinin altında olduğu görülmektedir. Ayrıca bireylerin beklenti ve algıları arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bireylerin belediye hizmetlerindeki beklentisi ile algıları negatif yönlü olarak birbirleriyle ilişkilidir. Bireylerin beklentileri arttıkça algıları azalmakta ve bu durum hizmet kalitesinin olumsuz olduğunu göstermektedir.

3.4.5. SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER İLE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Bu bölümde araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özellikleri ile algılanan hizmet kalitesi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmış ve ikinci hipotez test edilmiştir.

2. Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik özellikleri ile algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına yönelik olarak hazırlanan ikinci hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipotez kapsamında sosyo-demografik değişkenler; Güngören Belediyesi hizmetlerinden haberdar olma, haber kaynağı, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, medeni durum, oturulan mahalle ve belediye hizmetlerinden değişkenleri incelenmektedir. Bu ilişkilerin incelenmesinde Chi-Square testlerinden (Contingency Tables) faydalanılmıştır.

Bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetlerinden haberdar olma değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.16'de verilmiştir.

Tablo 3.16. Haberdar Olma ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Haberdarlık-Fiziki Koşullar Algısı	34,756	16	0,004
Haberdarlık-Güven Algısı	55,456	38	0,033
Haberdarlık-Sorumluluk Algısı	56,737	16	0,000
Haberdarlık-Adillik ve Eşitlik Algısı	44,165	16	0,000
Haberdarlık-Temizlik Algısı	63,257	16	0,000
Haberdarlık-Denetim Algısı	20,132	16	**0,214**
Haberdarlık-Haberleşme Algısı	45,874	24	0,005
Haberdarlık-İmar Algısı	49,804	32	0,023
Haberdarlık-Ulaşım Algısı	62,406	16	0,000
Haberdarlık-Kültür Algısı	43,698	40	**0,317**
Haberdarlık-Finansman Algısı	34,042	16	0,005

Elde edilen sonuçlara göre bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetlerinden haberdar olma değişkeni ile denetim algısı ve kültür algısı değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Diğer taraftan bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetlerinden haberdar olma değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, haberleşme, imar, ulaşım ve finansman algı değişkenleri arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetleriyle ilgili haber kaynağı değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.17'da verilmiştir.

Tablo 3.17. Haber Kaynağı ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Haber Kaynağı-Fiziki Koşullar Algısı	93,998	32	0,000
Haber Kaynağı-Güven Algısı	102,891	76	0,002
Haber Kaynağı-Sorumluluk Algısı	106,331	32	0,000
Haber Kaynağı-Adillik ve Eşitlik Algısı	85,208	32	0,000
Haber Kaynağı-Temizlik Algısı	155,108	32	0,000
Haber Kaynağı-Denetim Algısı	53,39	32	0,010
Haber Kaynağı-Haberleşme Algısı	95,988	48	0,000
Haber Kaynağı-İmar Algısı	93,418	64	0,010
Haber Kaynağı-Ulaşım Algısı	98,01	80	0,000
Haber Kaynağı-Kültür Algısı	130,496	32	0,000
Haber Kaynağı-Finansman Algısı	78,057	32	0,000

Tablo 3.17'da ki sonuçlara göre bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetleriyle ilgili haber kaynağı değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere tüm algı değişkenleri arasında 0, 05 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Cinsiyet değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.18'de verilmiştir.

Tablo 3.18. Cinsiyet ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Cinsiyet-Fiziki Koşullar Algısı	19,132	8	0,014
Cinsiyet-Güven Algısı	37,082	19	0,008
Cinsiyet-Sorumluluk Algısı	15,328	8	**0,053**
Cinsiyet-Adillik ve Eşitlik Algısı	14,294	8	**0,074**
Cinsiyet-Temizlik Algısı	19,584	8	0,012
Cinsiyet-Denetim Algısı	11,944	8	**0,154**
Cinsiyet-Haberleşme Algısı	24,023	12	0,020
Cinsiyet-İmar Algısı	10,464	16	**0,841**
Cinsiyet-Ulaşım Algısı	15,505	8	**0,050**
Cinsiyet-Kültür Algısı	22,942	20	**0,292**
Cinsiyet-Finansman Algısı	3,719	8	**0,882**

Elde edilen sonuçlara göre cinsiyet değişkeni ile sorumluluk, adillik ve eşitlik, denetim, imar, ulaşım, kültür ve finansman algısı değişkenleri arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan bir ilişki bulunmamaktadır.

Diğer taraftan, cinsiyet değişkeni ile fiziki koşullar, güven, temizlik ve haberleşme algısı değişkenleri arasında %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Yaş değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.19'de verilmiştir.

Tablo 3.19. Yaş ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Yaş-Fiziki Koşullar Algısı	30,513	24	**0,168**
Yaş-Güven Algısı	68,848	57	**0,135**
Yaş-Sorumluluk Algısı	19,741	24	**0,711**
Yaş-Adillik ve Eşitlik Algısı	22,412	24	**0,555**
Yaş-Temizlik Algısı	36,154	24	**0,053**
Yaş-Denetim Algısı	23,389	24	**0,497**
Yaş-Haberleşme Algısı	32,653	36	**0,629**
Yaş-İmar Algısı	43,092	48	**0,674**
Yaş-Ulaşım Algısı	18,628	24	**0,772**
Yaş-Kültür Algısı	78,728	60	**0,053**
Yaş-Finansman Algısı	17740	24	**0,815**

Tablo 3.19'de ki sonuçlara göre yaş değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere tüm algı değişkenleri arasında % 5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Eğitim durumu değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.20'de verilmiştir.

Tablo 3.20. Eğitim Durumu ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Eğitim Durumu-Fiziki Koşullar Algısı	26,068	16	**0,053**
Eğitim Durumu-Güven Algısı	40,649	38	**0,354**
Eğitim Durumu-Sorumluluk Algısı	28,573	16	0,027
Eğitim Durumu-Adillik ve Eşitlik Algısı	23,975	16	**0,090**
Eğitim Durumu-Temizlik Algısı	18,067	16	**0,320**
Eğitim Durumu-Denetim Algısı	27,512	16	0,036
Eğitim Durumu-Haberleşme Algısı	27,565	24	**0,279**
Eğitim Durumu-İmar Algısı	33,647	32	**0,388**
Eğitim Durumu-Ulaşım Algısı	19,245	16	**0,256**
Eğitim Durumu-Kültür Algısı	66,186	40	0,006
Eğitim Durumu-Finansman Algısı	10,881	16	**0,817**

Elde edilen sonuçlara göre eğitim durumu değişkeni ile sorumluluk, denetim ve kültür algısı değişkenleri arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Ancak eğitim durumu değişkeni ile fiziki koşullar, güven, adillik ve eşitlik, temizlik, haberleşme, imar, ulaşım ve finansman algısı değişkenleri arasında ise herhangi bir ilişki bulunmamaktadır.

Aylık gelir değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.21'de verilmiştir.

Tablo 3.21. Aylık Gelir ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Aylık Gelir-Fiziki Koşullar Algısı	78,149	40	0,000
Aylık Gelir-Güven Algısı	125,998	95	0,018
Aylık Gelir-Sorumluluk Algısı	74,075	40	0,001
Aylık Gelir-Adillik ve Eşitlik Algısı	44,772	48	**0,278**
Aylık Gelir-Temizlik Algısı	61,402	40	0,016
Aylık Gelir-Denetim Algısı	48,472	40	**0,168**
Aylık Gelir-Haberleşme Algısı	76,582	60	**0,073**
Aylık Gelir-İmar Algısı	70,476	80	**0,768**
Aylık Gelir-Ulaşım Algısı	56,507	40	0,043
Aylık Gelir-Kültür Algısı	114,899	100	**0,146**
Aylık Gelir-Finansman Algısı	40,584	40	**0,445**

Tablo 3.21'de gösterilen sonuçlara göre aylık gelir değişkeni ile adillik ve eşitlik, denetim, haberleşme, imar, kültür ve finansman algısı değişkenleri arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Diğer taraftan aylık gelir değişkeni ile fiziki koşullar, güven, sorumluluk, temizlik ve ulaşım algısı değişkenleri arasında ilişki vardır.

Medeni durum değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.22'de verilmiştir.

Tablo 3.22. Medeni Durum ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Medeni Durum-Fiziki Koşullar Algısı	8,713	8	**0,367**
Medeni Durum-Güven Algısı	27,471	19	**0,094**
Medeni Durum-Sorumluluk Algısı	6,477	8	**0,594**
Medeni Durum-Adillik ve Eşitlik Algısı	9,706	8	**0,286**
Medeni Durum-Temizlik Algısı	12,892	8	**0,116**
Medeni Durum-Denetim Algısı	4,302	8	**0,829**
Medeni Durum-Haberleşme Algısı	9,392	12	**0,669**
Medeni Durum-İmar Algısı	21,019	16	**0,178**
Medeni Durum-Ulaşım Algısı	7,552	8	**0,478**
Medeni Durum-Kültür Algısı	18,950	20	**0,525**
Medeni Durum-Finansman Algısı	10,331	8	**0,243**

Tablo 3.22'de yer alan sonuçlara göre medeni durum değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere tüm algı değişkenleri arasında %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Oturulan mahalle değişkeni ile algı değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.23'de verilmiştir.

Tablo 3.23. Oturulan Mahalle ve Algı Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Oturulan Mahalle-Fiziki Koşullar Algısı	138,826	80	0,000
Oturulan Mahalle-Güven Algısı	230,784	190	0,023
Oturulan Mahalle-Sorumluluk Algısı	129,117	80	0,000
Oturulan Mahalle-Adillik ve Eşitlik Algısı	121,756	80	0,002
Oturulan Mahalle-Temizlik Algısı	161,444	80	0,000
Oturulan Mahalle-Denetim Algısı	105,521	80	0,030
Oturulan Mahalle-Haberleşme Algısı	159,928	120	0,009
Oturulan Mahalle-İmar Algısı	184,874	160	**0,087**
Oturulan Mahalle-Ulaşım Algısı	112,012	80	0,011
Oturulan Mahalle-Kültür Algısı	206,153	200	**0,368**
Oturulan Mahalle-Finansman Algısı	152,270	80	0,000

Elde edilen sonuçlara göre oturulan mahalle değişkeni ile fiziki koşullar, güven, sorumluluk, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, ulaşım, finansman algısı değişkenleri arasında %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Ancak oturulan mahalle değişkeni ile imar ve kültür algısı değişkenleri arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

3.4.6. SOSYO- DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER İLE BEKLENEN HİZMET KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özelikleriyle beklenen hizmet kalitesi arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmış ve üçüncü hipotez test edilmiştir.

3. Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin demografik özellikleri ile beklenen hizmet kalitesi arasında anlamlı ilişkinin olup olmadığına yönelik olarak hazırlanan üçüncü hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleri ile bekledikleri hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin sosyo-demografik özellikleri ile bekledikleri hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu hipotez kapsamında sosyo-demografik değişkenler; bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetlerinden haberdar olma, haber kaynağı, memnuniyet, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, medeni durum ve oturulan mahalle değişkenleri incelenmektedir. Bu ilişkilerin incelenmesinde Ki-Kare (Chi-square tests) testleri kontenjans tablolarından (Contingency tables) faydalanılmıştır. Ki-Kare testinin kullanılmasının nedeni değişkenlere ait verilerin sürekli veriler olmaması diğer bir ifadeyle suni veriler olmasıdır. Bu tip verilerle yapılan karşılaştırma analizlerin parametrik olmayan testler yardımıyla yapılması daha uygundur.

Bireylerin Güngören Belediyesi hizmetlerinden haberdar olma değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.24'de verilmiştir.

Tablo 3.24. Haberdar Olma ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Haberdarlık-Fiziki Koşullar Beklentisi	8,779	8	**0,361**
Haberdarlık-Güven Beklentisi	19,471	14	**0,148**
Haberdarlık-Sorumluluk Beklentisi	4,030	4	**0,402**
Haberdarlık-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	5,954	8	**0,652**
Haberdarlık-Temizlik Beklentisi	8,909	8	**0,350**
Haberdarlık-Denetim Beklentisi	6,055	8	**0,641**
Haberdarlık-Haberleşme Beklentisi	8,532	12	**0,742**
Haberdarlık-İmar Beklentisi	17,922	14	**0,210**
Haberdarlık-Ulaşım Beklentisi	6,979	8	**0,539**
Haberdarlık-Kültür Beklentisi	23,787	22	**0,358**
Haberdarlık-Finansman Beklentisi	12,891	6	0,045

Elde edilen sonuçlara göre Güngören Belediyesi hizmetlerinden haberdar olma değişkeni ile fiziki koşullar, güven, sorumluluk, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür beklenti değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Diğer taraftan bireylerin Güngören Belediyesi hizmetlerinden haberdar olma değişkeni ile finansman beklentisi değişkeni arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Bireylerin Güngören Belediyesinin hizmetleriyle ilgili haber kaynağı değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.25'de verilmiştir.

Tablo 3.25. Haber Kaynağı ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Haber Kaynağı-Fiziki Koşullar Beklentisi	23,419	16	**0,103**
Haber Kaynağı-Güven Beklentisi	48,743	28	0,009
Haber Kaynağı-Sorumluluk Beklentisi	17,952	8	0,022
Haber Kaynağı-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	37,563	16	0,002
Haber Kaynağı-Temizlik Beklentisi	42,988	16	0,000
Haber Kaynağı-Denetim Beklentisi	31,569	16	0,011
Haber Kaynağı-Haberleşme Beklentisi	25,289	24	**0,390**
Haber Kaynağı-İmar Beklentisi	47,977	28	0,011
Haber Kaynağı-Ulaşım Beklentisi	30,653	16	0,015
Haber Kaynağı-Kültür Beklentisi	62,139	44	0,037
Haber Kaynağı-Finansman Beklentisi	21,619	12	0,042

Tablo 3.25'deki sonuçlara göre Güngören Belediyesi hizmetleriyle ilgili haber kaynağı değişkeni ile çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, imar, ulaşım, kültür ve finansman beklenti değişkenleri arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Güngören Belediyesi hizmetleriyle ilgili haber kaynağı değişkeni ile fiziki koşullar ve haberleşme beklentisi değişkeni arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Cinsiyet değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.26'da verilmiştir.

Tablo 3.26. Cinsiyet ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Cinsiyet-Fiziki Koşullar Beklentisi	1,211	4	**0,876**
Cinsiyet-Güven Beklentisi	6,098	7	**0,528**
Cinsiyet-Sorumluluk Beklentisi	2,140	2	**0,343**
Cinsiyet-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	4,893	4	**0,298**
Cinsiyet-Temizlik Beklentisi	4,145	4	**0,387**
Cinsiyet-Denetim Beklentisi	4,279	4	**0,370**
Cinsiyet-Haberleşme Beklentisi	6,095	6	**0,413**
Cinsiyet-İmar Beklentisi	5,709	7	**0,574**
Cinsiyet-Ulaşım Beklentisi	4,137	4	**0,388**
Cinsiyet-Kültür Beklentisi	13,388	11	**0,269**
Cinsiyet-Finansman Beklentisi	0,827	3	**0,843**

Elde edilen sonuçlara göre cinsiyet değişkeni ile tüm beklenti değişkenleri olan fiziki koşullar, güven, sorumluluk, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür, finansman beklentisi değişkenleri arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan bir ilişki bulunmamaktadır.

Yaş değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.27'de verilmiştir.

Tablo 3.27. Yaş ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Yaş-Fiziki Koşullar Beklentisi	10,127	12	**0,605**
Yaş-Güven Beklentisi	19,451	21	**0,556**
Yaş-Sorumluluk Beklentisi	0,710	6	**0,994**
Yaş-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	9,378	12	**0,670**
Yaş-Temizlik Beklentisi	8,605	12	**0,736**
Yaş-Denetim Beklentisi	10,195	12	**0,599**
Yaş-Haberleşme Beklentisi	15,288	18	**0,642**
Yaş-İmar Beklentisi	15,410	21	**0,802**
Yaş-Ulaşım Beklentisi	12,506	12	**0,406**
Yaş-Kültür Beklentisi	31,455	33	**0,544**
Yaş-Finansman Beklentisi	4,259	9	**0,894**

Tablo 3.27'de gösterilen sonuçlara göre yaş değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere tüm beklenti değişkenleri arasında %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Eğitim durumu değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.28'de verilmiştir.

Tablo 3.28. Eğitim Durumu ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Eğitim Durumu-Fiziki Koşullar Beklentisi	16,059	8	0,042
Eğitim Durumu-Güven Beklentisi	15,955	14	**0,316**
Eğitim Durumu-Sorumluluk Beklentisi	1,189	4	**0,878**
Eğitim Durumu-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	4,438	8	**0,816**
Eğitim Durumu-Temizlik Beklentisi	4,129	8	**0,845**
Eğitim Durumu-Denetim Beklentisi	7,275	8	**0,507**
Eğitim Durumu-Haberleşme Beklentisi	11,451	12	**0,491**
Eğitim Durumu-İmar Beklentisi	13,072	14	**0,521**
Eğitim Durumu-Ulaşım Beklentisi	8,172	8	**0,367**
Eğitim Durumu-Kültür Beklentisi	22,996	22	**0,402**
Eğitim Durumu-Finansman Beklentisi	2,853	8	**0,827**

Tablo 3.28'de gösterilen sonuçlara göre eğitim durumu değişkeni ile güven, sorumluluk, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür, finansman beklenti değişkenleri arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak eğitim durumu değişkeni ile fiziki koşullar beklenti değişkeni arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Aylık gelir değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.29'da verilmiştir.

Tablo 3.29. Aylık Gelir ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Aylık Gelir-Fiziki Koşullar Beklentisi	19,148	20	**0,510**
Aylık Gelir-Güven Beklentisi	41,019	35	**0,223**
Aylık Gelir-Sorumluluk Beklentisi	4,465	10	**0,914**
Aylık Gelir-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	13,450	20	**0,857**
Aylık Gelir-Temizlik Beklentisi	25,034	20	**0,200**
Aylık Gelir-Denetim Beklentisi	20,102	20	**0,452**
Aylık Gelir-Haberleşme Beklentisi	26,668	30	**0,641**
Aylık Gelir-İmar Beklentisi	38,461	35	**0,316**
Aylık Gelir-Ulaşım Beklentisi	15,595	20	**0,741**
Aylık Gelir-Kültür Beklentisi	63,347	55	**0,206**
Aylık Gelir-Finansman Beklentisi	21,194	15	**0,131**

Tablo 3.29'da gösterilen sonuçlara göre aylık gelir değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere tüm beklenti değişkenleri arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Medeni durum değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo3.30'da verilmiştir.

Tablo 3.30. Medeni Durum ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Medeni Durum-Fiziki Koşullar Beklentisi	6,539	4	**0,162**
Medeni Durum-Güven Beklentisi	3,737	7	**0,810**
Medeni Durum-Sorumluluk Beklentisi	0,469	2	**0,791**
Medeni Durum-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	3,811	4	**0,432**
Medeni Durum-Temizlik Beklentisi	3,522	4	**0,475**
Medeni Durum-Denetim Beklentisi	3,736	4	**0,443**
Medeni Durum-Haberleşme Beklentisi	4,567	6	**0,588**
Medeni Durum-İmar Beklentisi	4,242	7	**0,752**
Medeni Durum-Ulaşım Beklentisi	5,359	4	**0,252**
Medeni Durum-Kültür Beklentisi	15,237	11	**0,172**
Medeni Durum-Finansman Beklentisi	0,990	3	**0,804**

Tablo 3.30'te gösterilen sonuçlara göre medeni durum değişkeni ile fiziki koşullar, çalışanlara duyulan güven, belediyenin sorumluluklarını yerine getirme biçimi, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere tüm beklenti değişkenleri arasında %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Oturulan mahalle değişkeni ile beklenti değişkenleri arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3.31'de verilmiştir.

Tablo 3.31. Oturulan Mahalle ve Beklenti Değişkenleri Arasında İlişki

Gruplar	Pearson Ki-Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	p
Oturulan Mahalle-Fiziki Koşullar Beklentisi	32,573	40	**0,792**
Oturulan Mahalle-Güven Beklentisi	73,580	70	**0,368**
Oturulan Mahalle-Sorumluluk Beklentisi	27,345	20	**0,126**
Oturulan Mahalle-Adillik ve Eşitlik Beklentisi	50,525	40	**0,123**
Oturulan Mahalle-Temizlik Beklentisi	40,208	40	**0,461**
Oturulan Mahalle-Denetim Beklentisi	35,563	40	**0,670**
Oturulan Mahalle-Haberleşme Beklentisi	63,438	60	**0,356**
Oturulan Mahalle-İmar Beklentisi	65,569	70	**0,628**
Oturulan Mahalle-Ulaşım Beklentisi	38,751	40	**0,526**
Oturulan Mahalle-Kültür Beklentisi	135,854	110	0,048
Oturulan Mahalle-Finansman Beklentisi	30,508	30	**0,440**

Tablo 3.31'de gösterilen sonuçlara göre oturulan mahalle değişkeni ile adillik ve eşitlik, haberleşme, imar, ulaşım, değişkenleri arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak kültür beklentisi değişkeni arasında % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

3.4.7. GENEL MEMNUNİYET DÜZEYLERİYLE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Bu bölümde Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan ve araştırmaya katılmış olan bireylerin genel memnuniyet düzeyleri ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmış ve dördüncü hipotez test edilmiştir.

4. Algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına yönelik olarak hazırlanan hipotez;

H_0: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1: Belediye hizmetlerinden faydalanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi ile genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3.32. Algılanan Hizmet Kalitesi ile Genel Memnuniyet arasındaki Korelasyon İlişkisi

		GM	F K	Gü	So	AE	Te	De	Ha	İm	Ul	Kü	Fi
GM	Pearson Correlation	1,000	0,474	0,578	0,423	0,486	0,354	0,374	0,530	0,456	0,389	0,517	0,383
	Sig.(2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
FK	Pearson Correlation	0,474	1,000	0,546	0,608	0,574	0,568	0,274	0,577	0,350	0,514	0,452	0,473
	Sig.(2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Gü	Pearson Correlation	0,578	0,546	1,000	0,609	0,699	0,435	0,566	0,638	0,601	0,514	0,606	0,454
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
So	Pearson Correlation	0,423	0,608	0,609	1,000	0,658	0,728	0,254	0,535	0,369	0,579	0,403	0,483
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
AE	Pearson Correlation	0,486	0,574	0,699	0,658	1,000	0,674	0,510	0,612	0,517	0,558	0,551	0,588
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Te	Pearson Correlation	0,354	0,568	0,435	0,728	0,674	1,000	0,203	0,522	0,224	0,520	0,299	0,523
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

(Devamı var)

(Devamı)

		GM	F K	Gü	So	AE	Te	De	Ha	İm	Ul	Kü	Fi
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
De	Pearson Correlation	0,374	0,274	0,566	0,254	0,510	0,203	1,000	0,482	0,545	0,341	0,550	0,307
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Ha.	Pearson Correlation	0,530	0,577	0,638	0,535	0,612	0,522	0,482	1,000	0,569	0,563	0,585	0,542
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
İm	Pearson Correlation	0,456	0,350	0,601	0,369	0,517	0,224	0,545	0,569	1,000	0,541	0,678	0,464
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
Ul	Pearson Correlation	0,389	0,514	0,514	0,579	0,558	0,520	0,341	0,563	0,541	1,000	0,616	0,563
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
Kü	Pearson Correlation	0,517	0,452	0,606	0,403	0,551	0,299	0,550	0,585	0,678	0,616	1,000	0,538
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
Fi	Pearson Correlation	0,383	0,473	0,454	0,483	0,588	0,523	0,307	0,542	0,464	0,563	0,538	1,000
	Sig.(2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	

GM: Genel Memnuniyet, FK: Fiziki Koşullar, Gü: Güven, So: Sorumluluk
AE: Adillik ve Eşitlik, Te: Temizlik, De: Denetim, Ha: Haberleşme, İm: İmar,
Ul: Ulaşım, Kü: Kültür, Fi: Finans

Tablo 3.32'dan da görüleceği üzere, korelasyon analizine göre; algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet arasında % 5 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde zayıf bir ilişki vardır. Belediye hizmetlerini kullanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi artıkça genel memnuniyet düzeyleri artmaktadır ya da algıladıkları hizmet kalitesi azaldıkça genel memnuniyet düzeyleri de düşmektedir.

Algılanan hizmet kalitesini oluşturan faktörler ile genel memnuniyet düzeyi arasındaki ilişki sonucunda H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 kabul edilmiştir.

Tablo 3.33. Genel Algı Değişkeni ile Genel Memnuniyet Arasındaki Korelasyon İlişkisi

		Genel Memnuniyet	Genel Algı
Genel Memnuniyet	Pearson Correlation	1,000	0,603
	Sig.(2-tailed)		0,000
Genel Algı	Pearson Correlation	0,603	1,000
	Sig.(2-tailed)	0,000	

Fiziki Koşullar, güven, sorumluluk, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere 11 bir adet algı değişkenin ortalaması olarak ifade edilen genel algı değişkeni ile genel memnuniyet değişkeni arasındaki korelasyon ilişkisi incelendiğinde, bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif ve güçlü sayılabilecek bir korelasyon ilişkisi bulunmaktadır.

Sonuç olarak belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin belediye hizmetleriyle ilgili olarak yüksek bir beklenti içerisinde oldukları fakat beklentilerinin karşılanamadığı anlaşılmaktadır. Belediye hizmetleriyle ilgili beklentileriyle algılamaları arasında anlamı bir farkın olduğu, genel olarak sunulan belediye hizmetlerin yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin beklentisi ile algılarının negatif yönlü birbiriyle ilişkili olduğu, bireylerin beklentisi arttıkça algılamalarının azalmakta olduğu gözlemlenmektedir.

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin, belediye hizmetlerinden haberdar olması ile denetim ve kültür değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir. Bireylerin medeni durumu ve yaşı ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bireylerin cinsiyeti ile belediyenin sorumluluklarını yerine getirme, adil ve eşit hizmet sunma, denetim, imar, ulaşım, kültür ve finansman değişkenleri arasında ilişki bulunmamaktadır. Bireylerin eğitim durumu ile belediyenin sorumluluklarını yerine getirme, belediyenin denetim hizmetlerini yerine getirme ve belediyenin kültür hizmetlerini sunması arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesiyle genel memnuniyet düzeyleri arasında zayıf ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi arttıkça genel memnuniyetleri de artmaktadır.

Bireylerin algılamalarına ilişkin sorulara verdiği yanıtlarla ilgili olarak; belediye çalışmalarıyla ilgili halka yeterince bilgi verilmediği, belediyenin verdiği sözü zamanında yerine getirmediği, ilk seferde ve doğru hizmet verilmediği,

Belediyenin adil olarak herkesle ilgilenmediği, denetim hizmetlerine gereken önemin gösterilmediği, denetim hizmetlerinin yerine getirilme biçiminin uygun olmadığı,

İmar hizmetlerinin adil yürütülmediği ve ihtiyaçları karşılamadığı, kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verildiği, belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyumlu çalışmadığı,

Belediyenin sosyal ve kültürel etkinliklerinin olmadığı, halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapmadığı;

Öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermediği, yaşlı ve düşkünlerin yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermediği ve ilçenin tanıtımına katkıda bulunulmadığı,

Belediyenin çevre ve temizlik hizmetlerine ve bu hizmetlerin yapıldığı zaman ve koşullara gereken önemi gösterdiği,

Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kısmen kolayca ulaşılabildiği, şikâyetlerin kısmen ciddiye alındığı ancak şikâyetlere uygun sürede çözümler getirilmediği,

Belediyenin otopark sorununu gidermeye çalışmakta olmasına rağmen toplu ulaşım araçlarının sayılarıyla bunlara ait güzergâh ve durakların yeterli olmadığı,

Belediyenin finans kaynaklarının yeterli olmasına rağmen bu finans kaynaklarının etkin ve verimli olarak kullanılmadığı sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Bu sonuçlara göre belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin yüksek bir beklenti içerisinde oldukları fakat bu beklentilerinin karşılanmadığı anlaşılmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hizmetler, somut ve fiziki varlığı olmayan, stoklanamayan, üretildiği anda tüketilen, tüketicilerin ve hizmet üreticilerinin içinde bulunduğu yere, zamana göre değişiklik gösterebilen ve tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik eylemler ve faydalar olarak tanımlanabilir.

Hizmetler sunulurken hizmetin ne kadar iyi olduğunu müşteri tatmini olarak tanımlayabileceğimiz kalite verir. Kalite tüketici tatmininin ayırt edici özelliğidir.

"Kalite ürün veya hizmetlerin ihtiyacı karşılama derecesi, amaca uygunluğu, koşullara uygunluğu, istekleri ekonomik yoldan karşılama düzeyi olarak da tanımlanabilir."[11]

Bilimsel ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak stratejik hedefler doğrultusunda, halka ayırım yapmaksızın, halkın beklentileri, istekleri ve ihtiyaçlarını yerine getirmek ve kaliteli hizmet sunmak yerine, kamudaki siyasallaşma eğilimi, kamu kaynaklarının kullanımındaki verimsizliği ve israfı artırmaktadır. Halkın beklentilerine yanıt vermeyen pahalı, masraflı ve kalitesiz bir kamu hizmeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Hizmetin iş kurallarına uygun yapılması, ihtiyaca karşılık verebilme, hizmetin yapılması için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olma, ulaşılabilirlik, iletişim, güvence, anlayış gibi hizmet kalitesi özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak, bireylerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda hizmetlerin gerçekleştirilmesine, hizmetlerin verimliliğinin artırılmasına olanak tanır.

Kamunun sunduğu hizmetin halka vereceği memnuniyet, bireyden bireye, bireylerin siyasal düşüncesine, zamana ve yere göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle de hizmet kalitesinin ölçümü de güçleşmektedir. Hizmet kalitesinin ölçümüyle ilgili modeller geliştirilmiştir. En yaygın olarak kullanılan model, bireylerin beklentileriyle algıları arasındaki farkı hizmet kalitesi olarak değerlendiren Servqual modelidir.

Çalışmanın araştırma kısmında, Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin belediye hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri araştırılmaktadır. Araştırmada Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği Servqual ölçeği belediye hizmetlerine uyarlanarak kullanılmaktadır.

[11] Gümüşoğlu vd., 2007:39-40

Belediye hizmetlerinden yararlanan bireylere anket yoluyla ulaşılarak bekledikleri hizmet ile algıladıkları hizmet belirlenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca sosyo-demografik özellikleri farklı bireylerin algıladıkları hizmet kalitesinin de farklı olup olmadığı araştırılmaktadır.

Likert tipi ölçekleme yöntemine göre hazırlanmış 31 sorudan oluşan anket ile bireylerin beklenti ve algılamaları belirlenmeye çalışılmaktadır. Toplanan veriler SPSS programında analiz edilmiştir.

Frekans dağılımı ile ankete katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı belirlenmektedir. Ankete katılanların cinsiyetlere ve yaş gruplarına göre göre dağılımı dengeli olmuştur. Evli olanların oranı bekâr olanların yaklaşık üç katıdır. Eğim seviyesine göre dağılım en fazla lise mezunlarında olmuş, en az ilkokul seviyesinde olmuştur. 7500 TL ve üzeri aylık gelire sahip olanların oranı en düşük, 1500 TL ve altı gelire sahip olanların oranı en fazla olmuştur.

Yurttaşların almış oldukları hizmetlerden memnuniyet düzeylerinin farklı olup olmadığını test etmek için t- testi uygulanmıştır. Yurttaşların belediye hizmetlerine ilişkin algılamalarının beklentilerinin altında kaldığı görülmüştür.

Korelasyon analizine göre; algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki olduğu görülmüştür. Belediye hizmetlerini kullanan bireylerin algıladıkları hizmet kalitesi artıkça genel memnuniyet düzeyleri artmaktadır ya da algıladıkları hizmet kalitesi azaldıkça genel memnuniyet düzeyleri de azalmaktadır.

Genel algı değişkeni ile genel memnuniyet arasındaki ilişkide; fiziki koşullar, güven, sorumluluk, adillik ve eşitlik, temizlik, denetim, haberleşme, imar, ulaşım, kültür ve finansman olmak üzere algı değişkenlerinin ortalaması olarak ifade edilen genel algı değişkeni ile genel memnuniyet değişkeni arasında, pozitif ve güçlü sayılabilecek bir korelasyon ilişkisi bulunmaktadır.

Araştırma bulgularıyla ilgili olarak; halka belediye çalışmalarıyla ilgili yeterince bilgi verilmediği, herkesle adil olarak ilgilenilmediği, denetim hizmetlerine gereken önemin gösterilmediği, denetim hizmetlerinin yerine getirilme biçiminin uygun olmadığı, imar hizmetlerinin adil yürütülmediği ve ihtiyaçları karşılamadığı, kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verildiği anlaşılmaktadır.

Belediyenin sosyal ve kültürel etkinliklerinin yeterli olmadığı, öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya yönelik çalışmaların olmadığı, yaşlı ve düşkünlerin yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamaya özen gösterilmediği sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Belediyenin çevre ve temizlik hizmetlerine ve bu hizmetlerin yapıldığı zaman ve koşullara gereken önemin gösterilmekte olduğu anlaşılmaktadır. Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kısmen kolayca ulaşılabildiği, şikâyetlerin kısmen ciddiye alındığı ancak şikâyetlere uygun sürede çözümler getirilmediği, otopark sorununu gidermeye yönelik çalışmalar olmasına rağmen toplu ulaşım araçlarının sayılarıyla bunlara ait güzergâh ve durakların yeterli olmadığı anlaşılmaktadır.

Belediyenin finans kaynaklarının yeterli olmasına rağmen bu finans kaynaklarının etkin ve verimli olarak kullanılmadığı, sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu sonuçlara göre belediye hizmetlerinden yararlanan bireylerin yüksek bir beklenti içerisinde oldukları fakat bu beklentilerinin karşılanmadığı anlaşılmaktadır.

Güngören Belediyesi hizmetlerinden yararlanan bireylerin belediyeden almış oldukları hizmetlere ilişkin olarak bireylerin beklentileri algılamalarının üzerinde kalmıştır. Dolayısıyla sunulan hizmetlere ilişkin olarak algılanan hizmet kalitesi karşılanamamaktadır.

Daha önce farklı bölgelerde yapılmış olan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. "Belediye hizmetlerinde halkın memnuniyetinin ölçülmesine yönelik bir çalışma: Yozgat belediyesi örneği" [12] isimli araştırmada demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gözlenmemiş, hizmetlerin yeterli olmadığı, hizmet kalitesinin düşük olduğu, yapılan hizmetler konusunda halkın yeterince bilgi sahibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

"Giresun il merkezinde "Belediyelerde Hizmet Kalitesin Seçmen Bağlılığı Üzerine Etkisi" isimli çalışmada bireylerin bilgilendirilmesi ve önemsenmesi diğer faktörlerden daha önemli bir belediye hizmeti olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda algılanan hizmet kalitesi hem tutumsal hem davranışsal seçmen bağlılığını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir gibi bir sonuca ulaşılmıştır.[13]

[12] Mehmet KARA, Maşide GÜRCÜ "Belediye hizmetlerinde halkın memnuniyetinin ölçülmesine yönelik bir çalışma: Yozgat belediyesi örneği" Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 2, 2010 ISSN: 1309 -8039 (Online)

[13] A.e., (Usta vd., 2009:230-231).

"Muğla ilinde yapılan başka bir uygulamada, boyutlar bazında belediye hizmetlerinin beklenen düzeyi ile Muğla belediyesinin performansı arasındaki farkın en az temizlik boyutunda en fazla farkın ise finansman boyutunda olduğu saptanmıştır. Temizlik boyutunun dışındaki diğer tüm boyutlarda cevaplar açısından bay ve bayanlar arasında bir fark gözlenmemiştir."[14]

"Kayseri Büyükşehir örneği üzerinde yapılan bir uygulamada tüketicilerin demografik özellikleri itibariyle algıladıkları değer boyutları arasında birbirinden farklılıklar bulunmuştur."[15]

Başka bir çalışmada, Tokat il merkezinde yaşayan vatandaşların belediye hizmetlerinden memnuniyeti ölçülmüştür. Araştırmanın sonucuna göre faktörler arasında en yüksek yükleme yapılan faktör vergi kazanımı ve artırımı iken en düşük faktör ortalaması belediyenin ekonomik faaliyetlerinde bulunmuştur. Hizmet kalitesinden memnuniyetle yaş arasında anlamlı bir ilişki mevcut ve yaş artışıyla memnun olma seviyesinin yükseldiği görülmüş gelir düzeyi açısından anlamlı bir ilişki bulunmamıştır."[16]

Güngören Belediyesinin hızla gelişen ve değişen dünyada, bu gelişim ve değişime uyum sağlayarak yurttaşların beklentileri seviyesinde hizmet sunumu arayışına girmesi gerekmektedir. Belediye yönetiminin sorunların kaynağını bulmaya ve sorunları ortadan kaldırmaya yönelik bir yaklaşım sergilemesi, ayrıca halkın önemsenerek daha çok bilgilendirilmesi gerekmektedir. Yönetimin, bilimsel ve teknolojik değişimlere uyum sağlamaları, inovasyon çalışmalarına destek vermeleri, bilimsel ve teknolojik bulguları ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürebilmeleri ve bölge insanının işine yarayacak, ihtiyaçlarını karşılayacak çalışmalara öncelik vermeleri gerekmektedir.

[14] A.e., (Gümüşoğlu vd., 2003:166).
[15] A.e., (Sarıyer, 2008:183).
[16] A.e., (Ardıç vd., 2004:77).

KAYNAKÇA

Alpar, Reha: **Uygulamalı Çok Değişkenli Yöntemlere Giriş** 1, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2003

Altunışık,R., R.Coşkun, S.Bayraktaroğlu, E.Yiıldırım: **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Sakarya Kitabevi, Adapazarı, 2005.

Aksaklı, M., Nevzat Devebakan: ‘‘Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual Stoklarının ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması’’, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, s. 38-54.

Arıkboğa, Şebnem: ‘‘Yüksek Öğrenmede Toplam Kalite Yönetimi ve Bir Araştırma’’, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, Cilt:53, Sayı:2, 2003, s. 57-85.

Avlonitis, George, J. Kostis A., Indounas, Spiros P. Gounaris: “Pricing Objectives over the Service Life Cycle: Some Empirical Evidence”, **European Journal of Marketing,** Vol.39, No.5/6, 2005

Azaklı, Sedat: ‘‘Belediyelerin Hizmet Stratejileri Belirlenme Sürecinde Analizci Yaklaşımın Önemi’’, **Yerel Yönetimler Sempozyum Bilgileri**, Ankara, 2000, s.413-436.

Baytekin, P.: ‘‘Toplam Kalite Hedefinde Müşteri Memnuniyetinden Müşteri Sadakatine’’, **Ege Üniversitesi Yeni Düşünceler Dergisi**, Yıl:1, Sayı:1, s.41-52.

Bulgan, Uğur, Gültekin Gürdal: ‘‘Hizmet Kalitesi Ölçülebilir mi? ÜNAK’05’’Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlaması’’, 2005, s. 241-242. http/:kaynak.unak.org.tr/mod/data/view.php?

Buttle, Francis: “Servqual: Review, critique, research agenda”, **European Journal of Marketing**, Vol.30, No.1, 1996, s. 8-32.

Bitner, B., M.S. Tetrault: “The Service Encounter: Diognasing Favorable and Unfavorable Incident”, **Journal of Marketing, January**, 1990; s.71-84.

Bozkurt, Rıdvan, Aynur Odaman: **ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri**, MPM Yayınları, Ankara, 1997

Brady, Michael K., J. Joseph Cronim Jr.: ‘‘Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach’’, **Journal of Marketing**, Vol.65, July 2001

Büyüköztürk, Şener: **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı**, 4. Baskı, Ankara, Pegem Yayıncılık, 2004

Carman, James M.: “Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the Servqual Dimensions”, Journal of Retailing, Vol. 66, No. 1, Spring 1990, s. 35-55.

Cox, J. B. G. Dale: "Service Quality and E-Commerce: An Exploratory Analysis", **Managing Service Quality**, Vol.11, No.2, 2001, s.124.

Cronin, J.Jaseph, Jr.,Steven A. Taylor: "Servperf Verus Servqual: Reconciling Performance-Besed and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", **Journal of Marketing**, Vol. 58, January 1994, s. 125-131.

Cronin, J. Joseph, Jr., Steven A. Taylor: "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", **Journal of Marketing**, Vol. 56, July 1992, s. 55-68.

Çatı, Kahraman, Ayşim Uslu: **Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi**, Ed. Kahraman Çatı, Abdurahman Baydaş, Asil Yayın Dağıtım, 2008

Çetin, Canan, Besim Akın, Vedat Erol: **Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemi**, Beta Basım A.Ş., 2. Baskı, İstanbul, 2001

Dabholkar, Pratibha A., Dayle I. Thorpe, Joseph O. Rentz: "A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation," **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol.24, No.1, 1996, s.3-16.

Deming, W. Edwards: **Krizden Çıkış**, çev. Cem Akaş, İstanbul, Kalder Yayınları, 1998

Değermen, H. Anıl: Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Hizmet Kalitesi ile Müşteri Sadakatinin Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2006.

Devebakan, Nevzat: ‘‘Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ve Ölçümü’’, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2005.

Edvardsson, Bo ve Bengt Ove Gustavsson: “Quality in the Work Environment: A Prerequisite for Success in New Service Development”, **Managing Service Quality**, Vol.13, No.2, 2003, s.150.

Efil, İsmail: Toplam Kalite Yönetimi ve Toplam Kaliteye Ulaşmada Önemli Bir Araç, 5.Baskı, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2003.

Eleren, Ali, Çetin Bektaş ve A. Şahin Görmüş: ‘‘Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama’’, **Finansal Politik & Ekonomik Yorumlar**, Cilt 44, Sayı 514, s. 75-88.

Ertuğrul, İrfan: **Toplam Kalite Kontrol ve Teknikleri**, İstanbul, Ekin Kitabevi, 2004

Fitzsimmons, James A., Mona J. Fitzsimmons: **Service Management**, 4. Basım, New York: McGraw Hill, 2004.

Gaster, Lucy: ‘‘Quality services in local government: a bottom-up approach’’, **Journal of Management Development**, Vol 15, No:2, 1996.

Ghobadion, A., S. Speller, M. Sones: ‘‘Service Quality: Conseptsand Models’’, İnternational Journal of Quality & Reliability Management, 11(9), 1994, s. 43.

Gilmore, Audrey — **Services Marketing and Management**, London: SAGE Publications, 2003, s.5.

Grönroos, Christian: — "A. Service Quality Model and Its Marketing Implications", **European Journal of Marketing**, 18(4), 1984, s. 36-44.

Grönroos, Christian: — Servise Management and Marketing: A Customer Relationship Managment Approach, Second Edition, Chichester, John-Wiley Sons, Ltd., 2000.

Gözlü, Sıtkı: — ''Hizmet Kalitesinin Kontrolünde İstatistiksel Yöntemler'', Verimlilik Dergisi, MPM Yayını, Sayı 2, Ankara, 1995.

Gümüşoğlu, Şevkinaz, Sabri Erdem, Güzin Kavrukkoca ve Aşık Özdağoğlu: — ''Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama'',http://www.eu.edu.tr/userweb/sabri.erdem/dosyalar/sabri-erdem-iku.pdf,2009

Johns, Nick: — "What is This Thing Called Service?", **European Journal of Marketing**, Vol.33, No.9/10, 1999.

Johnston, Robert:. — "Operations: From Factory to Service Management", **International Journal Of Service Industry Management**, Vol.5, No.1, 1994.

Juran, J. M.: — **Juran`s Quality Control Handbook**, 4th Edition, Ed. By Juran and Frank M. Gryna, Mc Graw Hill. Co., New York, 1988, s.22'den aktaran Arıkboğa, a.y.

Ishikawa, Kaoru: **Toplam Kalite Kontrol**, İstanbul, Kalder Yayınları No. 7, 2. Baskı, 1997.

Juran, J.M.: Juran`s Quality Control Handbook, 4th Edition, Ed. By Juran and Frank M. Gryna, Mc Graw Hill. Co., New York.

Kalaycı, Şeref: **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Ankara: Asil Yayınları, 2005, s.135

Kavrakoğlu, İbrahim: ‘‘Kalite ve Verimlilik’’, Verimlilik, MPM’nin 25. Yılı Özel Sayısı, 1991, s. 111-118.

Karahan, Kasım: **Hizmet Pazarlaması**, 2. Basım, İstanbul: Beta Yayınları, 2006.

Kasper, Hans Piet van Helsdingen ve Mark Gabbott: **Services Marketing Management**, 2. Basım, West Sussex: John Wiley & Sons, 2006.

Koçel, Tamer: **İşletme Yöneticiliği**, Genişletilmiş 9. Baskı, İstanbul, Beta Basım A.Ş., 2003.

Kurtuluş, Kemal: **Pazarlama Araştırmaları:** Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş, 8. Basım, Literatür Yayıncılık, 8. Basım, Ekim, 2006.

Kurtuluş, Kemal: **İşletmelerde Araştırma Yöntembilimi (Araştırma Yöntemleri)**, İstanbul, İşletme Fakültesi Yayın No:210, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayın No:106, 1989.

Lovelock, Christopher, Sandra Vandermerwe, Barbara Lewis: **Service Marketing**, London, Prentice Hall European Edition, 1999.

Lovelock, Christopher H. ve George S. Yip: "Developing Global Strategies for Service Businesses", **California Management Review**, Vol.38, No.2 (1996), ss. 68-69.

Martin, William B.: **Müşteri Hizmetlerinde Kalite**, İstanbul: Rota Yayınları, 1997.

Mehta, Subhash C., Ashok K. Lahwani, Soon Li Han: "Service Quality in Retailing: Relative Efficiency of Alternative Measurement Scales for Different Product-Service Environments", **International Journal of Retail & Distribution Management**, Volume 28, Number 2, 2000, s. 62-72.

Metters, Richard, Kathryn King Metters ve Madeleine Pulman: **Successful Service Operations Management**. Canada: Thomson South Western, 2003, ss.134-135.

Mucuk, İsmet: **Pazarlama İlkeleri**, 13. Basım, İstanbul, Türkmen Kitapevi, 2001.

Normann, Richard: **Service Management. Strategy and Leadership in Service Business**, 2.Basım, New York: John Wiley and Sons Inc., 1991, s.16.

Odabaşı, Yavuz: **Satışta ve Pazalamada Müşteri İlişkileri Yönetimi**, 4. Baskı, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 2004.

Okumuş, A., Hilal Asil: ‘‘Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi’’**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(**13)/1, s. 152-175.

Okumuş, A., Hilal Asil: “Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi”, **İ. Ü. İşletme Fakültesi Dergisi,** C:36, Sayı:2, Kasım 2007, s. 07-29.

Öztürk, Sevgi Ayşe: **Hizmet Pazarlaması**, Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık, 2000.

Öztürk, Sevgi Ayşe: **Hizmet Pazarlaması**, Ekin Kitabevi, 5. Baskı, Ankara, 2005.

Örs, Hüsniye: ‘‘Kurumsal Bankacılık Sektöründe Algılanan Toplam Hizmet Kalitesini Ölçmeye Yönelik Olarak Geliştirilen Çok Parçalı Bir Ölçek’’, **Pazarlama Dünyası**, Yıl. 17, Sayı. 2003-3. Mayıs-Haziran 2003, s.16-21.

Öztemel, Ercan: ‘‘Belediyelerde Toplam Kalite Yönetimi’’, **Değişim Yayınları**, Adapazarı, 2001.

Parasuraman, A.: “Customer Service in Business to Business Markets: An Agenda for Research”, **The Journal of Business and Industrial Marketing**, Vol.13, No.4/5, May 1998.

Parasuraman, A.: “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, **Journal of Marketing**, Vol.49, No.4 ,1986, s. 41-50.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry: "Reassessment of Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality: Implications for Research ", Journal of Marketing, Vol.58, January 1994, s. 111-124.

Peker, Ömer: ''Belediye Yönetimlerinde Kalite Üretimi'', **Çağdaş Yerel Yönetimler**, Cilt:5, Sayı:2, Mart, 1996.

Silvestro, Rhian: "Positioning Services Along the Volume – Variety Diaggonal", **International Journal of Operaitons & Production Management**, Vol.19, No.4 (1999), ss. 402-408.

Skinner, Steven J.: **Marketing,** Boston: Houghton Mifflin Company, 1990.

Shain, Arash: ''Servqual and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services', (Çevrimiçi) http://www.qmconf.com/Docs/0077.pdf

Şahin, N. : ''Personel Güçlendirmenin İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama", Yayımlanmamış'' Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Programı, İzmir, 2007.

Şekerkaya, Ahmet: "Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü", **Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları**, No: 87, Ankara, Pelin Ofset, 1997.

Şentürk, Mehmet: "Hizmet Pazarlamasında Kalite Anlayışı ve THY Yolcu Trafik Hizmetinde Bir Uygulama", Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1998.

Teas, R. Kenneth: "Expectations as a Comparison Standart in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment ", **Journal of Marketing,** Vol.58, January 1994.

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi, Ocak, 2007.

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük, "Hizmet", Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 1981.

Usta, Resul, Levent Memiş: ''Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Seçmen Bağlılığı Üzerinde Etkisi'', **Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: XI, Sayı 1, 2009, s. 213-235.

Uyguç, Nermin: ''Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi, Stratejik Bir Yaklaşım'', **Dokuz Eylül Yayınları**, 1.Baskı, İzmir, 1998.

Van Looy, Bart. Paul Gemmel ve Rolan Van Dierdonck (Ed.): **Services Management: An Integrated Approach**, 2. Basım, London: Pearson Education Limited, 2003.

Varinli, İnci, Kenan Güllü, Semra Babayiğit: **"**Perakendecilikte Hizmet kalitesi ve Tüketicilerin Kalite Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma", **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı:4, Temmuz-Ağustos, 2002.

Verma, Rohit: "An Empirical Analysisi of Management Challenges in Service Factories, Service Shops, Mass Services and Professional Services", **International Journal of Service Industry Management**, Vol.11, No.1, 2000, s. 13-14.

Yağcı, M. İ., Teoman Duman: ''Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması'', **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt:7, Sayı:2, s. 218-238.

Yüksel, Ülkü: ''Türk Turizminin Temel Sorunu: Hizmet Kalitesi'', **Pazarlama Dünyası**, Yıl. 16, Sayı. 2002-03 Mayıs-Haziran 2002, s. 38-48.

Yüksel, Fatih, Osman Çevik, Kadir Ardıç: "Belediyelerde Hizmet Kalitesinin (Vatandaş Tatmininin) Ölçülmesi: Tokat Belediyesinde Bir Uygulama'', **Çağdaş Yeler Yönetimler Dergisi**, Cilt: 13, Sayı:3, Temmuz, s. 63-81.

Wilderom, Celeste P.M.: "Service Management/Leadership: Different from Management/Leadership in Industrial Organizations?", **International Journal Of Service Industry Management**, Vol.2, No.1 (1991), s.7.

Zeithaml, Valarie A. ve Mary Jo Bitner: **Services Marketing**, NewYork: McGraw-Hill, 1996.

Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner ve Dwayne D. Gremler: Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm**, 4.Basım, New York: McGraw Hill, 2006, s.22.**

Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry: **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**, The Free Press, New York, 1990.

Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman: ‘‘Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality’’, **Journal of Marketing**, Vol. 52, April 1988, s. 35-48.

Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry and A. Parasuraman: “The Behavioral Consequences of Service Quality”, **Journal of Marketing,** Vol. 60, April 1996, s. 31-46.

EKLER

EK-1 BİREYLERİN BELEDİYE HİZMETLERİYLE İLGİLİ BEKLENTİLERİNE İLİŞKİN DAĞILIMLAR

B1'den B31' e kadar olan beklenti yargılarına bireylerin vermiş olduğu yanıtların dağılımı

B1. Belediye modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahip olmalıdır. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünür olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılmıyorum	4	,9	,9	1,1
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2	,5	,5	1,6
	Katılıyorum	230	51,8	51,8	53,4
	Kesinlikle katılıyorum	207	46,6	46,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B2. Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temiz olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,5
	Katılıyorum	231	52,0	52,0	52,5
	Kesinlikle katılmıyorum	211	47,5	47,5	100.0
	Total	444	100,0	100,0	

B3. Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Ne katılmıyorum ne katılıyorum	1	,2	,2	,5
	Katılıyorum	230	51,8	51,8	52,3
	Kesinlikle katılıyorum	212	47,7	47,7	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B4. Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	3	,7	,7	,7
	Katılıyorum	227	51,1	51,1	51,8
	Kesinlikle katılıyorum	214	48,2	48,2	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B5. Belediye ilk seferinde ve doğru hizmet vermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	227	51,1	51,1	51,4
	Kesinlikle katılıyorum	216	48,6	48,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B6. Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılıyorum	216	48,6	48,6	48,6
	Kesinlikle katılıyorum	228	51,4	51,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B7. Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	3	,7	,7	,9
	Katılıyorum	223	50,2	50,2	51,1
	Kesinlikle katılıyorum	217	48,9	48,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B8. Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olmalıdır. Yardım etmeye istekli ve gönüllü olmalılar.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılıyorum	223	50,2	50,2	50,2
	Kesinlikle katılıyorum	221	49,8	49,8	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B9. Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırmalı ve halka karşı saygılı olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılıyorum	219	49,3	49,3	49,3
	Kesinlikle katılıyorum	225	50,7	50,7	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B10. Belediye adil olarak herkesle ilgilenmelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	215	48,4	48,4	48,6
	Kesinlikle katılıyorum	228	51,4	51,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B11. Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	3	,7	,7	,9
	Katılıyorum	233	52,5	52,5	53,4
	Kesinlikle katılıyorum	207	46,6	46,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B12. Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	221	49,8	49,8	50,0
	Kesinlikle katılıyorum	222	50,0	50,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B13. Temizlik hizmetlerinin verildiği zaman ve koşullar uygun olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,5
	Katılıyorum	228	51,4	51,4	51,8
	Kesinlikle katılıyorum	214	48,2	48,2	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B14.Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2	,5	,5	,5
	Katılıyorum	226	50,9	50,9	51,4
	Kesinlikle katılıyorum	216	48,6	48,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B15. Belediyenin denetim hizmetlerini yerine getirme biçimi uygun olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2	,5	,5	,5
	Katılıyorum	237	53,4	53,4	53,8
	Kesinlikle katılıyorum	205	46,2	46,2	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B16. Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	3	,7	,7	,7
	Katılıyorum	223	50,2	50,2	50,9
	Kesinlikle katılıyorum	218	49,1	49,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B17. Belediyede şikâyetler ciddiye alınmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	220	49,5	49,5	49,8
	Kesinlikle katılıyorum	223	50,2	50,2	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B18. Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2	,5	,5	,5
	Katılıyorum	220	49,5	49,5	50,0
	Kesinlikle katılıyorum	222	50,0	50,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B19. İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	229	51,6	51,6	51,8
	Kesinlikle katılıyorum	214	48,2	48,2	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B20. Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılmıyorum	1	,2	,2	,5
	Katılıyorum	214	48,2	48,2	48,6
	Kesinlikle katılıyorum	228	51,4	51,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B21. Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemelidir.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,5
Katılıyorum	215	48,4	48,4	48,9
Kesinlikle katılıyorum	227	51,1	51,1	100,0
Total	444	100,0	100,0	

B22. Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyumlu çalışmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	202	45,5	45,5	45,7
	Kesinlikle katılıyorum	241	54,3	54,3	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B23. Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterli olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Katılıyorum	202	45,5	45,5	45,7
	Kesinlikle katılıyorum	241	54,3	54,3	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B24. Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2	,5	,5	,7
	Katılıyorum	211	47,5	47,5	48,2
	Kesinlikle katılıyorum	230	51,8	51,8	100,0

B25. Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	5	1,1	1,1	1,1
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2	,5	,5	1,6
	Katılıyorum	211	47,5	47,5	49,1
	Kesinlikle katılıyorum	226	50,9	50,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B26. Belediye halka yönelik tiyatro, seminer, konser ve panel gibi etkinlikler yapmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	6	1,4	1,4	1,4
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	5	1,1	1,1	2,5
	Katılıyorum	214	48,2	48,2	50,7
	Kesinlikle katılıyorum	219	49,3	49,3	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B27. Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	5	1,1	1,1	1,1
	Katılmıyorum	1	,2	,2	1,4
	Katılıyorum	220	49,5	49,5	50,9
	Kesinlikle katılıyorum	218	49,1	49,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B28. Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermelidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	2	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	1	,2	,2	,7
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,9
	Katılıyorum	222	50,0	50,0	50,9
	Kesinlikle katılıyorum	218	49,1	49,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B29. Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına katkıda bulunmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	2	,5	,5	,5
	Katılmıyorum	2	,5	,5	,9
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	3	,7	,7	1,6
	Katılıyorum	233	52,5	52,5	54,1
	Kesinlikle katılıyorum	204	45,9	45,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B30. Belediyenin kaynakları yeterli olmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	226	50,9	50,9	51,1
	Kesinlikle katılıyorum	217	48,9	48,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

B31. Belediye kaynaklarını etkin ve verimli kullanmalıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,2	,2	,2
	Katılıyorum	215	48,4	48,4	48,6
	Kesinlikle katılıyorum	228	51,4	51,4	100,0
		444	100,0	100,0	

EK-2 BİREYLERİN BELEDİYE HİZMETLERİYLE İLGİLİ ALGILAMALARINA İLİŞKİN DAĞILIMLAR

A1'den A31'e kadar olan algı yargılarına bireylerin vermiş olduğu yanıtların dağılımı

A1. Güngören Belediyesi modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahiptir. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünmektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	53	11,9	11,9	11,9
	Katılmıyorum	78	17,6	17,6	29,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	58	13,1	13,1	42,6
	Katılıyorum	229	51,6	51,6	94,1
	Kesinlikle katılıyorum	26	5,9	5,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A2. Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temizdir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	27	6,1	6,1	6,1
	Katılmıyorum	107	24,1	24,1	30,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	58	13,1	13,1	43,2
	Katılıyorum	225	50,7	50,7	93,9
	Kesinlikle katılıyorum	27	6,1	6,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A3. Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	70	15.8	15.8	15.8
	Katılmıyorum	181	40,8	40,8	56,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	83	18,7	18,7	75,2
	Katılıyorum	95	21,4	21,4	96,6
	Kesinlikle katılıyorum	15	3,4	3,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A4. Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	48	10,8	10,8	10,8
	Katılmıyorum	73	16,4	16,4	27,3
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	66	14,9	14,9	42,1
	Katılıyorum	242	54,5	54,5	96,6
	Kesinlikle katılıyorum	15	3,4	3,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A5. Belediye ilk seferde ve doğru hizmet vermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	114	25,7	25,7	25,7
	Katılmıyorum	216	48,6	48,6	74,3
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	70	15,8	15,8	90,1
	Katılıyorum	38	8,6	8,6	98,6
	Kesinlikle katılıyorum	6	1,4	1,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A6. Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	94	21,2	21,2	21,2
	Katılmıyorum	157	35,4	35,4	56,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	113	25,5	25,5	82,0
	Katılıyorum	70	15,8	15,8	97,7
	Kesinlikle katılıyorum	10	2,3	2,3	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A7. Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	55	12,4	12,4	12,4
	Katılmıyorum	88	19,8	19,8	32,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	257	57,9	57,9	90,1
	Katılıyorum	38	8,6	8,6	98,6
	Kesinlikle katılıyorum	6	1,4	1,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A8. Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterlidir. Yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	41	9,2	9,2	9,2
	Katılmıyorum	63	14,2	14,2	23,4
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	61	13,7	13,7	37,2
	Katılıyorum	267	60,1	60,1	97,3
	Kesinlikle katılıyorum	12	2,7	2,7	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A9. Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırır ve halka karşı saygılıdır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	42	9,5	9,5	9,5
	Katılmıyorum	74	16,7	16,7	26,1
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	35	7,9	7,9	34,0
	Katılıyorum	281	63,3	63,3	97,3
	Kesinlikle katılıyorum	12	2,7	2,7	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A10. Belediye adil olarak herkesle ilgilenmektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	155	34,9	34,9	34,9
	Katılmıyorum	190	42,8	42,8	77,7
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	46	10,4	10,4	88,1
	Katılıyorum	46	10,4	10,4	98,4
	Kesinlikle katılıyorum	7	1,6	1,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A11. Belediyenin çalışma saatleri halka uygundur.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	25	5,6	5,6	5,6
	Katılmıyorum	30	6,8	6,8	12,4
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	12	2,7	2,7	15,1
	Katılıyorum	217	48,9	48,9	64,0
	Kesinlikle katılıyorum	160	36,0	36,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A12. Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	32	7,2	7,2	7,2
	Katılmıyorum	23	5,2	5,2	12,4
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	24	5,4	5,4	17,8
	Katılıyorum	227	51,1	51,1	68,9
	Kesinlikle katılıyorum	138	31,1	31,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A13. Temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygundur.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	36	8,1	8,1	8,1
	Katılmıyorum	24	5,4	5,4	13,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	23	5,2	5,2	18,7
	Katılıyorum	219	49,3	49,3	68,0
	Kesinlikle katılıyorum	142	32,0	32,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A14. Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	137	30,9	30,9	30,9
	Katılmıyorum	156	35,1	35,1	66,0
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	73	16,4	16,4	82,4
	Katılıyorum	65	14,6	14,6	97,1
	Kesinlikle katılıyorum	13	2,9	2,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A15. Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygundur.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	126	28,4	28,4	28,4
	Katılmıyorum	106	23,9	23,9	52,3
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	149	33,6	33,6	85,8
	Katılıyorum	54	12,2	12,2	98,0
	Kesinlikle katılıyorum	9	2,0	2,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A16. Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	64	14,4	14,4	14,4
	Katılmıyorum	58	13,1	13,1	27,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	77	17,3	17,3	44,8
	Katılıyorum	201	45,3	45,3	90,1
	Kesinlikle katılıyorum	44	9,9	9,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A17. Belediyede şikâyetler ciddiye alınmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	47	10,6	10,6	10,6
	Katılmıyorum	78	17,6	17,6	28,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	119	26,8	26,8	55,0
	Katılıyorum	179	40,3	40,3	95,3
	Kesinlikle katılıyorum	21	4,7	4,7	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A18. Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	82	18,5	18,5	18,5
	Katılmıyorum	165	37,2	37,2	55,6
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	114	25,7	25,7	81,3
	Katılıyorum	74	16,7	16,7	98,0
	Kesinlikle katılıyorum	9	2,0	2,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A19. İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	147	33,1	33,1	33,1
	Katılmıyorum	226	50,9	50,9	84,0
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	39	8,8	8,8	92,8
	Katılıyorum	25	5,6	5,6	98,4
	Kesinlikle katılıyorum	7	1,6	1,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A20. Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	146	32,9	32,9	32,9
	Katılmıyorum	189	42,6	42,6	75,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	22	5,0	5,0	80,4
	Katılıyorum	78	17,6	17,6	98,0
	Kesinlikle katılıyorum	9	2,0	2,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A21. Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	96	21,6	21,6	21,6
	Katılmıyorum	57	12,8	12,8	34,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	228	51,4	51,4	85,8
	Katılıyorum	54	12,2	12,2	98,0
	Kesinlikle katılıyorum	9	2,0	2,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A22. Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyumlu çalışmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	168	37,8	37,8	37,8
	Katılmıyorum	188	42,3	42,3	80,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	46	10,4	10,4	90,5
	Katılıyorum	33	7,4	7,4	98,0
	Kesinlikle katılıyorum	9	2,0	2,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A23. Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterlidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	130	29,3	29,3	29,3
	Katılmıyorum	261	58,8	58,8	88,1
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	26	5,9	5,9	93,9
	Katılıyorum	19	4,3	4,3	98,2
	Kesinlikle katılıyorum	8	1,8	1,8	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A24. Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	49	11,0	11,0	11,0
	Katılmıyorum	55	12,4	12,4	23,4
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	34	7,7	7,7	31,1
	Katılıyorum	186	41,9	41,9	73,0
	Kesinlikle katılıyorum	120	27,0	27,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A25. Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	61	13,7	13,7	13,7
	Katılmıyorum	144	32,4	32,4	46,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	80	18,0	18,0	64,2
	Katılıyorum	146	32,9	32,9	97,1
	Kesinlikle katılıyorum	13	2,9	2,9	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A26. Belediye halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	60	13,5	13,5	13,5
	Katılmıyorum	176	39,6	39,6	53,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	93	20,9	20,9	74,1
	Katılıyorum	106	23,9	23,9	98,0
	Kesinlikle katılıyorum	9	2,0	2,0	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A 27. Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	98	22,1	22,1	22,1
	Katılmıyorum	247	55,6	55,6	77,7
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	48	10,8	10,8	88,5
	Katılıyorum	44	9,9	9,9	98,4
	Kesinlikle katılıyorum	7	1,6	1,6	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A28. Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermektedir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	96	21,6	21,6	21,6
	Katılmıyorum	245	55,2	55,2	76,8
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	57	12,8	12,8	89,6
	Katılıyorum	41	9,2	9,2	98,9
	Kesinlikle katılıyorum	5	1,1	1,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A29. Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına da katkıda bulunmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	107	24,1	24,1	24,1
	Katılmıyorum	164	36,9	36,9	61,0
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	131	29,5	29,5	90,5
	Katılıyorum	37	8,3	8,3	98,9
	Kesinlikle katılıyorum	5	1,1	1,1	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A30. Belediyenin kaynakları yeterlidir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	29	6,5	6,5	6,5
	Katılmıyorum	22	5,0	5,0	11,5
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	42	9,5	9,5	20,9
	Katılıyorum	207	46,6	46,6	67,6
	Kesinlikle katılıyorum	144	32,4	32,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

A31.Belediye kaynaklarını etkin ve verimli olarak kullanmaktadır.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	164	36,9	36,9	36,9
	Katılmıyorum	192	43,2	43,2	80,2
	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	54	12,2	12,2	92,3
	Katılıyorum	28	6,3	6,3	98,6
	Kesinlikle katılıyorum	6	1,4	1,4	100,0
	Total	444	100,0	100,0	

EK-3 BEKLENEN HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN FAKTÖR VE GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Faktörler	Sorular	Faktör Yükleri	Varyans	Cronbach's Alpha
Fiziki koşullar	Belediye modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahip olmalıdır. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünür olmalıdır.	0,667	66,866	0,719
	Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temiz olmalıdır.	0,738		
Çalışanlara Duyulan Güven	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmelidir.	0,769	15,614	0,861
	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermelidir.	0,763		
	Belediye ilk seferinde ve doğru hizmet vermelidir.	0,729		
	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermelidir.	0,663		
	Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmalıdır.	0,666		
Belediyenin Sorumluluklarını yerine getirmesi	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olmalıdır. Yardım etmeye istekli ve gönüllü olmalılar.	0,697	3,584	0,809
	Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırmalı ve halka karşı saygılı olmalıdır.	0,664		
Adil ve eşit davranılıp davranılmadığı	Belediye adil olarak herkesle ilgilenmelidir.	0,730	2,829	0,836
	Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olmalıdır.	**0,617**		

Faktörler	Sorular	Faktör Yükleri	Varyans	Cronbach's Alpha
Temizlik Algısı	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.	0,723	2,359	0,809
	Temizlik hizmetlerinin verildiği zaman ve koşullar uygun olmalıdır.	0,730		
Denetim Çalışmalarının yeterliliği	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.	0,767	1,966	0,813
	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygun olmalıdır.	0,804		
Haberleşme Hizmetleri	Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmalıdır.	0,849	2,331	0,832
	Belediyede şikâyetler ciddiye alınmalıdır.	0,859		
	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmelidir	0,777		
İmar Çalışmaları	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adaletli yürütülmelidir.	0,703	1,997	0,854
	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamalıdır.	0,733		
	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemelidir.	0,778		
	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili birimlerle uyum içinde olmalıdır	0,786		
Ulaşım Hizmetleri	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterli olmalıdır.	0,708	0,798	0,822
	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmalıdır.	0,673		

(Devamı var)

(Devamı)

Faktörler	Sorular	Faktör Yükleri	Varyans	Cronbach's Alpha
Kültür Hizmetleri	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmalıdır.	0,851	1,324	0,700
	Belediye halka yönelik panel, seminer, tiyatro ve konser gibi etkinlikler yapmalıdır.	0,872		
	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermelidir.	**0,874**		
	Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermelidir.	0,755		
	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına katkıda bulunmalıdır.	0,717		
Finansman Kaynakların yeterliliği	Belediyenin kaynakları yeterli olmalıdır.	0,754	0,311	0,798
	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli kullanmalıdır.	0,739		
Toplam Varyans			**100**	**0,958**

EK-4 ALGILANAN HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN FAKTÖR VE GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Faktörler	Sorular	Faktör Yükleri	Varyans	Cronbach Alpha
Fiziki koşullar	Güngören Belediyesi modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahiptir. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünmektedir.	0,633	54,407	0,661
	Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temizdir.	0,541		
Çalışanlara Duyulan Güven	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmektedir.	0,738	18,28	0,764
	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermektedir.	0,663		
	Güngören Belediyesi ilk seferde ve doğru hizmet vermektedir.	0,709		
	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermektedir.	0,594		
	Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmaktadır.	0,615		
Belediyenin Sorumluluklarını yerine getirmesi	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olup yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.	0,784	4,737	0,705
	Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırır ve halka karşı saygılıdır.	0,742		

(Devamı var)

(Devamı)

Faktörler	Sorular	Faktör Yükleri	Varyans	Cronbach Alpha
Adil ve eşit davranılıp davranılmadığı	Belediye adil olarak herkesle ilgilenmektedir.	0,697	3,802	0,809
	Belediyenin çalışma saatleri halka uygundur.	0,760		
Temizlik Algısı	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.	0,808	3,466	0,626
	Temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygundur.	**0,809**		
Denetim Çalışmalarının yeterliliği	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.	0,677	2,852	0,512
	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygundur.	0,679		
Haberleşme Hizmetleri	Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmaktadır.	0,648	3,462	0,756
	Belediyede şikâyetler ciddiye alınmaktadır.	0,651		
	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmektedir.	0,577		
İmar Çalışmaları	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adaletli yürütülmektedir.	0,679	3,865	0,632
	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamaktadır.	0,616		
	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemektedir.	0,588		
	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili kurumlarla iş birliği içinde çalışmaktadır	0,650		
Ulaşım Hizmetleri	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterlidir.	0,581	1,608	0,708
	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmaktadır.	0,621		

(Devamı var)

(Devamı)

Faktörler	Sorular	Faktör Yükleri	Varyans	Cronbach Alpha
Kültür Hizmetleri	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmaktadır.	0,719	2,882	0,693
	Belediye halka yönelik panel, seminer, tiyatro ve konser gibi etkinlikler yapmaktadır.	0,713		
	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermektedir.	0,702		
	Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermektedir.	0,700		
	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına da katkıda bulunmaktadır.	0,639		
Finansman Kaynaklarının yeterliliği	Belediyenin kaynakları yeterlidir.	**0,525**	0,640	0,654
	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli olarak kullanmaktadır.	0,631		
Toplam Varyans			**100**	**0,915**

EK-5 ANKET FORMU

Bu anket formu yüksek lisans projesi kapsamında hazırlanmıştır. Bize zaman ayırdığınız ve anketimize katkıda bulunduğunuz için çok teşekkür ederiz.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. Güngören Belediyesi'nin hizmetlerinden haberdar mısınız?	
	Evet
	Kısmen
	Hayır
2. Güngören Belediyesinin hizmetleri ile ilgili bilgiyi nereden alıyorsunuz?	
	Kitle iletişim araçlarından
	Bilboardlardan
	Belediye'nin internet sayfasından
	Kişisel bağlantılarımdan
	Haberdar değilim
3. Güngören Belediyesi'nin hizmetlerinden memnuniyetinizi belirtiniz.	
	Hiç memnun değilim
	Memnun değilim
	Ne memnunum ne memnun değilim
	Memnunum
	Çok memnunum
4. Cinsiyetiniz?	
	Bayan
	Bay

5. Yaşınız?	
	18-30
	31-43
	44-56
	57-69
	70 ve üzeri
6. Eğitim durumunuz?	
	İlköğretim
	Lise
	Üniversite, Yüksek Lisans/Doktora
7. Aylık geliriniz?(TL)	
	1500 ve altı
	1501-3000 arası
	3001-4500 arası
	4501-6000 arası
	6001-7500 arası
	7501 ve üstü
8. Medeni durumunuz?	
	Bekâr
	Evli
9. Oturduğunuz Mahalle	
	Akıncılar mahallesi
	A. Nafiz Gürman Mahallesi
	Gençosman mahallesi

	Güneştepe mahallesi
	Güven mahallesi
	Haznedar mahallesi
	Mareşal Çakmak Mahallesi
	Merkez mahallesi
	M. Nesih Özmen Mahallesi
	Sanayi mahallesi
	Tozkoparan mahallesi

İKİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde, mükemmel kalitede hizmet veren bir belediyeye göre Güngören belediyesinin aşağıda belirlenen özellikleri ne derecede taşıması gerektiğini belirtiniz.

10. Güngören Belediyesinden BEKLENTİNİZİ belirtiniz ve aşağıdaki yargılardan size uygun olanları işaretleyiniz.

	KRİTERLER	BELEDİYENİN PERFORMANSI				
		1	2	3	4	5
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Belediye modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahip olmalıdır. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünür olmalıdır.	1	2	3	4	5
2	Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temiz olmalıdır.	1	2	3	4	5
3	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmelidir.	1	2	3	4	5
4	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermelidir.	1	2	3	4	5
5	Belediye ilk seferinde ve doğru hizmet vermelidir.	1	2	3	4	5
6	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermelidir.	1	2	3	4	5
7	Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmalıdır.	1	2	3	4	5

8	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olmalıdır. Yardım etmeye istekli ve gönüllü olmalılar.	1	2	3	4	5
9	Belediye personeli halkta güven duygusu uyandırmalı ve halka karşı saygılı olmalıdır.	1	2	3	4	5
10	Belediye adil olarak herkesle ilgilenmelidir.	1	2	3	4	5
11	Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olmalıdır.	1	2	3	4	5
12	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.	1	2	3	4	5
13	Temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygun olmalıdır.	1	2	3	4	5
14	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermelidir.	1	2	3	4	5
15	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygun olmalıdır.	1	2	3	4	5
16	Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmalıdır.	1	2	3	4	5
17	Belediyede şikâyetler ciddiye alınmalıdır.	1	2	3	4	5
18	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmelidir	1	2	3	4	5
19	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmelidir.	1	2	3	4	5
20	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamalıdır.	1	2	3	4	5
21	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemelidir.	1	2	3	4	5
22	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili kurumlarla işbirliği içinde olmalıdır	1	2	3	4	5
23	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterli olmalıdır.	1	2	3	4	5
24	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmalıdır.	1	2	3	4	5

25	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmalıdır.	1	2	3	4	5
26	Belediye halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapmalıdır.	1	2	3	4	5
27	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermelidir.	1	2	3	4	5
28	Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermelidir.	1	2	3	4	5
29	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına katkıda bulunmalıdır.	1	2	3	4	5
30	Belediyenin kaynakları yeterli olmalıdır.	1	2	3	4	5
31	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli kullanmalıdır.	1	2	3	4	5

11. Güngören Belediyesinden ALDIĞINIZ HİZMETİ düşünerek aşağıdaki yargılardan size uygun olanları işaretleyiniz.

	KRİTERLER	BELEDİYENİN PERFORMANSI				
		1	2	3	4	5
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Güngören Belediyesi modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahiptir. Hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünmektedir.	1	2	3	4	5
2	Belediyede çalışanlar düzgün görünüşlü ve temizdir.	1	2	3	4	5
3	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmektedir.	1	2	3	4	5
4	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermektedir.	1	2	3	4	5
5	Güngören Belediyesi ilk seferde ve doğru hizmet vermektedir.	1	2	3	4	5
6	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermektedir.	1	2	3	4	5
7	Belediye yapılan işlerin kayıtlarını özenle tutmaktadır.	1	2	3	4	5
8	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olup yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.	1	2	3	4	5
9	Belediye personeli halkta güven duygusu uyandırır ve halka karşı saygılıdır.	1	2	3	4	5

10	Belediye adil olarak herkesle ilgilenmektedir.	1	2	3	4	5
11	Belediyenin çalışma saatleri halka uygundur.	1	2	3	4	5
12	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.	1	2	3	4	5
13	Temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygundur.	1	2	3	4	5
14	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.	1	2	3	4	5
15	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygundur.	1	2	3	4	5
16	Şikâyetlerin iletileceği kişi ya da birime kolayca ulaşılmaktadır.	1	2	3	4	5
17	Belediyede şikâyetler ciddiye alınmaktadır.	1	2	3	4	5
18	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirir.	1	2	3	4	5
19	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmektedir	1	2	3	4	5
20	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılar.	1	2	3	4	5
21	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemektedir.	1	2	3	4	5
22	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili kurumlarla işbirliği içinde çalışmaktadır	1	2	3	4	5
23	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve duraklar yeterlidir.	1	2	3	4	5
24	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmaktadır.	1	2	3	4	5
25	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmaktadır.	1	2	3	4	5
26	Belediye halka yönelik panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinlikler yapmaktadır.	1	2	3	4	5

27	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya özen göstermektedir.	1	2	3	4	5
28	Belediye yaşlı ve düşkünlerin hayati ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermektedir.	1	2	3	4	5
29	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına da katkıda bulunmaktadır.	1	2	3	4	5
30	Belediyenin kaynakları yeterlidir.	1	2	3	4	5
31	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli olarak kullanmaktadır.	1	2	3	4	5

EK-6 ARAŞTIRMANIN ZAMAN VE MAALİYET PLANI

Araştırma, tez başlangıç tarihi olan Ekim 2013'de başlanmış ve Aralık 2014'de bitmiştir. Araştırma 1 yıl ve 2 ay sürmüştür. Tez konusu belirlendikten sonra kaynak taraması yapılmıştır. Öncelikle araştırma ile ilgili olarak daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Elde edilen bilgiler araştırmanın teorik bölümlerinde kullanılmıştır. Bunun için harcanan süre yaklaşık 6 aydır. Teorik kısmından sonra araştırmanın uygulama aşamasına geçilmiştir. Araştırma yapılacak kurum ile ilgili genel bilgiler toplanmıştır. 01 Nisan2014 ile 30 Ekim 2014 tarihleri arasında Güngören Belediyesi'nin hizmetlerinden faydalanan bireylere anket çalışması uygulanmıştır. Anketlerin uygulanmasından sonra araştırmanın değerlendirilmesi yapılmış ve rapor hazırlanmıştır. Bu süreç yaklaşık altı ay sürmüştür. Araştırmanın yaklaşık olarak maliyeti 2000 TL'dir.

EK-7	BELEDİYE HİZMETLERİNE İLİŞKİN BEKLENTİ İFADELERİ
B-1	Belediyenin modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahip olması ve hizmetlerde kullanılan araç ve gereçlerin göze hoş görünür olması
B-2	Belediye çalışanlarının temiz ve düzgün görünümlü olması
B-3	Belediyenin verdiği sözü zamanında yerine getirmesi
B-4	Belediyenin halkın sorunlarını çözmek için samimiyet göstermesi
B-5	Belediyenin ilk seferde ve doğru hizmet vermesi
B-6	Belediyenin çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermesi
B-7	Belediyenin çalışmaları ile ilgili kayıtların tutulmasına özen göstermesi
B-8	Belediye çalışanlarının bilgisi, becerisi yeterli olması yardım etmeye istekli ve gönüllü olması
B-9	Belediye çalışanlarının halkta güven duygusu uyandırması
B-10	Belediyenin herkesle adil olarak ilgilenmesi
B-11	Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olması
B-12	Belediyenin çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi göstermesi
B-13	Temizlik hizmetlerinin verildiği zaman ve koşulların uygun olması
B-14	Belediyelerin denetim hizmetlerine önem vermesi
B-15	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygun olması
B-16	Şikâyetleri iletecek kişi ya da birime kolayca ulaşılabilir olması
B-17	Belediyenin şikâyetleri ciddiye alarak dinlemesi
B-18	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirmesi
B-19	İmar hizmetlerinin hukuka uygun ve adil yürütülmesi
B-20	Belediyenin imar hizmetlerinin ihtiyaçları karşılaması

B-21	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemesi
B-22	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili kuruluşlarla işbirliği içinde çalışması
B-23	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile bunlara ait güzergâh ve durakların yeterli olması
B-24	Belediyenin otopark sorununu gidermeye çalışması
B-25	Belediyenin sosyal ve kültürel etkinlikler yapması
B-26	Belediye halk için panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinliklerde bulunması
B-27	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaya önem vermesi
B-28	Belediye yaşlı ve düşkünlerin ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermesi
B-29	Belediyenin yaptığı çalışmalarla ilçemizin tanıtımına katkı sağlaması
B-30	Belediye kaynaklarının yeterli olması
B-31	Belediye kaynaklarının etkin ve verimli kullanılması

EK-8	BELEDİYE HİZMETLERİNE İLİŞKİN ALGI İFADELERİ
A-1	Güngören Belediyesi modern çalışma ortamlarına, modern araç ve gereçlere sahiptir ve hizmetlerde kullanılan araç ve gereçler göze hoş görünür.
A-2	Belediye çalışanları düzgün görünüşlü ve temizdir.
A-3	Belediye verdiği sözü zamanında yerine getirmektedir.
A- 4	Belediye halkın sorunlarını çözmek için gayret göstermektedir.
A-5	Belediye ilk seferinde ve doğru hizmet vermektedir.
A-6	Belediye çalışmaları ile ilgili halka yeterince bilgi vermektedir.
A-7	Belediye yapılan işlerin kayıtlarının tutulmasına özen göstermektedir.
A-8	Belediye çalışanlarının bilgisi ve becerisi yeterli olup yardım etmeye istekli ve gönüllüdür.
A-9	Belediye çalışanları halkta güven duygusu uyandırır ve halka karşı saygılıdır.
A-10	Belediye adil olarak herkesle ilgilenir.
A-11	Belediyenin çalışma saatleri halka uygun olacak şekilde düzenlenmiştir.
A-12	Belediye çevre ve temizlik hizmetlerine gereken önemi vermektedir.
A-13	Belediye temizlik hizmetlerinin yapıldığı zaman ve koşullar uygundur.
A-14	Belediye denetim hizmetlerine gereken önemi göstermektedir.
A-15	Belediyenin denetim işlerini yerine getirme biçimi uygundur.
A-16	Şikâyetleri iletecek birimi kolayca ulaşılabilmektedir.
A-17	Belediye çalışanları şikâyetleri ciddiye alarak inceler.
A-18	Belediye şikâyetlere uygun sürede çözüm getirir.
A-19	İmar hizmetleri hukuka uygun ve adil yürütülmektedir.

A-20	Belediyenin imar hizmetleri ihtiyaçları karşılamaktadır.
A-21	Kentin görünümünü bozacak yapılaşmaya izin verilmemektedir.
A-22	Belediye alt yapı çalışmalarında ilgili kurumlarla işbirliği içinde çalışmaktadır.
A-23	Toplu ulaşım araçlarının sayıları ile güzergâhları ve durak sayıları uygundur
A-24	Belediye halk için panel, seminer, tiyatro, konser gibi etkinliklerde bulunmaktadır
A-25	Belediye otopark sorununu gidermeye çalışmaktadır.
A-26	Belediye sosyal ve kültürel etkinlikler yapmaktadır.
A-27	Belediye öğrencilerin yaşamını kolaylaştırmaktadır.
A-28	Belediye yaşlı ve düşkünlerin ihtiyaçlarını karşılamaya özen göstermektedir.
A-29	Belediye yaptığı çalışmalarla ilçemizi tanıtmaktadır.
A-30	Belediye kaynakları yeterlidir.
A-31	Belediye kaynaklarını etkin ve verimli kullanmaktadır.

EK- 9 İZİN BELGESİ



İlgili Makama;

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı öğrencilerinden 2501850660 numaralı Nafiz Kasım Şahin'in yüksek lisans tez konusu olan *Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Belediyelerde Buna İlişkin Bir Araştırma* çalışmasının Güngören Belediyesi'nin hizmet verdiği bölgelerde yapılmış veya yapılacak olmasında belediyemizce hiçbir sakınca yoktur.

Güngören Belediyesi Başkanı
Şakir Yücel Karaman