

# YÜKSEKÖĞRENİM KREDİ VE YURTLAR KURUMUNUN VERDİĞİ HİZMETLERİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN ALGILANMASI: SİVAS YURTKUR ÖRNEĞİ

**Yrd. Doç. Dr. Kenan GÜLLÜ**

Erciyes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu  
kgullu@erciyes.edu.tr

**Sabiha KUŞDERCİ**

Yurt-Kur Sivas Yurt Müdürlüğü  
Sabiha9245@hotmail.com

## Öz

Bu çalışmanın konusunu oluşturan Yüksek Öğrenim Kredi Yurtlar Kurumu (KYK) yüksek öğrenim gören öğrencilere barınma imkanı sağlamak, kredi vermek, yurtlar yaptırmak ve yurt işletmesi sağlamak üzere kurulmuştur. KYK Yurtlarında barınan öğrenciler için, yurtlarda ikamet etmek, hem barınma hem de sosyal ve kültürel gelişimleri açısından oldukça önemlidir. Öğrencilerin, odaların kalabalık olmasından, yurtların fiziki yapısından, kantin kafeterya hizmetlerinden, internet, çamaşırhane ve diğer hizmetlerden, yurt kurallarından yönetici öğrenci ilişkilerinden, ulaşım zorluklarından kaynaklanan problemleri vardır. Bu araştırmada örnek olarak incelenen Sivas Yurt Müdürlüğünde öğrencilerin verilen hizmetleri algılamalarını belirlemek amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet, Öğrenci Algılamaları, YURTKUR

## UNIVERSITY STUDENT'S PERCEPTION OF SERVICES PROVIDED BY HIGHER EDUCATION CREDIT AND DORMITORIES INSTITUTION (HECDI): SİVAS HECDI EXAMPLE

### Abstract

HECDI, subject of this study, is established in order to provide higher education students with shelter and credit opportunities, and to build and run dormitories. Staying in dormitories is very important for social and cultural development of students who stay in HECDI dormitories. Students have some problems that result from crowded rooms, physical conditions of dormitories, canteen-cafeteria services, internet, laundry, dormitory rules, manager-student relations and transportation difficulties. In this research, students evaluate services provided in Sivas HECDI which is sample of this research and the research is directed in this way.

**Key Words:** Service, Student's Perceptions, HECDI

## **1. Giriş**

Hizmetler, ihtiyaçların karşılanmasına ve yaşamın kolaylaştırılmasına yönelik olarak insanlar tarafından üretilen ve sunulan faaliyetlerdir. Bu sunum fiziki unsurların oluşturduğu araç gereçler ve beşeri unsur olan insandan meydana gelmektedir. İnsan ilişkilerinin yoğun yaşandığı işletmelerde hizmet sunumu oldukça önemlidir. Hizmet sunumunda kullanılan araç ve gerecin kalitesinin çok yüksek olmasına rağmen, hizmeti veren kişilerin işlerini bilmiyor olması ve bu hizmeti severek verememeleri sonucu, hizmetin müşteri üzerinde bıraktığı imaj kötü olmakta ve tatminsizliğe yol açabilmektedir.<sup>1</sup> Hizmette müşteri tatmini beklenen hizmet düzeyi ile algılanan hizmet düzeyi arasındaki farkın ortaya çıkmasıyla oluşur. Her müşterinin ihtiyaç ve istekleri birbirinden farklı olarak ortaya çıkabilmektedir. Müşterilerinin ihtiyaçlarını bilen bir işletme, sunduğu hizmet düzeyi ile müşteri üzerinde iyi bir imaj bırakacak ve müşteri memnuniyetinin elde edilmesinde avantajlı durumda olacaktır.

Yurt-Kur kamu hizmeti veren, yüksek öğrenimleri süreleri boyunca öğrencilere barınma hizmetleri sunmayı amaç edinmiş bir kurumdur. Öğrencilerin istek ve ihtiyaçları, beklentileri, aldıkları eğitim ve barınma hizmetinden duydukları memnuniyet düzeyleri son derece önemlidir. Günümüzde Türkiye’de gelişen sosyo-ekonomik değişkenlere bağlı olarak kurumun müşterileri niteliği taşıyan öğrencilerin hizmet beklentileri de yükselmektedir. Bu beklentileri karşılamaya yönelik olarak, yüksek standartlı yurt binalarıyla, farklı modeller geliştirmek ve uygulamalarıyla hizmet işletmesi olarak alanında ilkleri gerçekleştirmek, hizmet kalitesini artırmak ve müşterilerini (öğrencileri) memnun etmek Yurt-Kur’un başlıca uygulama alanlarını oluşturmaktadır.

Bu çalışma Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumunun sunmuş olduğu hizmetlerin üniversite öğrencileri tarafından algılanmalarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada Yurt-Kur Sivas Yurt Müdürlüğüne bağlı öğrenci yurtları uygulama alanı olarak seçilmiştir.

## **2. Hizmet Pazarlaması**

Ülkelerin ekonomik gelişiminde ağırlıklı olarak önce tarım sektörü, bireysel ve toplumsal gelişmeye paralel olarak daha sonra sanayi sektörü, sonrasında ise sosyo-ekonomik, teknolojik ve kültürel değişimlere bağlı olarak hizmetler sektörü ön plana çıkmıştır. Bu sürece paralel olarak, az gelişmiş veya gelişmemiş ekonomilerde tarım sektörü ön planda olmuş, gelişmekte olan ekonomilerde sanayi sektörü ağırlık kazanmış, gelişmiş ekonomilerde ise hizmetler sektörü hakim sektör olmuştur. Hizmet sektörünün hızla büyümesinin nedenlerini Schuell ve Ivy, zenginliğin artışı, daha fazla boş zaman, işgücündeki kadın oranının artışı, yaşam beklentileri-

<sup>1</sup> K., Karahan, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul, 2000, s.102.

nin yükselmesi, ürünlerin daha karmaşık hale gelmesi, yaşamın karmaşıklığının artması, ekolojiye ve kaynakların kıtlığına daha çok önem verilmesi ve yeni ürünlerin sayısının artması olarak sıralamışlardır.<sup>2</sup>

Toplum refahındaki artış, insanların boş zamanlarını daha iyi değerlendirme isteği, toplumsal yaşamın ve iş ilişkilerinin yarattığı stres ve daha bir çok faktör hizmet sektörünü gözle görülür bir şekilde geliştirmiş ve hizmet pazarlamasının önemini artırmıştır.<sup>3</sup> Hizmet işletmelerinin pazarlama yöntem ve tekniklerini etkin şekilde kullanması hizmet pazarlamasının önem kazanan bir alan olmasını sağlamıştır. Hizmet sadece başarıyı belirleyen en önemli öge değil, aynı zamanda işletmeyi farklı ve üstün bir konuma taşıyabilecek bir araçtır.<sup>4</sup>

Hizmet, bir tarafın diğerine sunduğu, temel olarak dokunulamayan ve herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan bir faaliyet ya da faydadır. Üretilmesi ise fiziksel bir ürüne bağlı olabilir ya da olmayabilir.<sup>5</sup> Soyut bir ürünü ifade eden hizmet kavramı, yaygın bir kullanım alanına sahiptir. Hizmet, üretildiği anda, doğrudan alıcıya değer aktaran elle tutulmayan bir üründür.<sup>6</sup> Hizmet, elle tutulamayan, bir kuruluşun veya kişinin başka birine sunduğu eylem veya yararlar bütünü olup sonuçta hiçbir şeyin sahipliği ile sonuçlanmamaktadır.<sup>7</sup> Hizmet, ayrı ayrı tanımlanabilen, başka mal ya da hizmetin satışına bağlı olmaksızın ve bir isteği karşılamak için sunulan soyut etkinliklerdir.<sup>8</sup> Hizmetler, malın ya da hizmetin satışına bağlı olmaksızın pazara sürüldüğünde istek ve ihtiyaçları doyuma ulaştıran ve bağımsız olarak nitelenebilen eylemlerdir.<sup>9</sup> Bir işletmenin kaderi çoğunlukla iyi hizmet vermesine bağlıdır.

Hizmetlerin kapsam ve türlerinin farklı olması nedeni ile hizmetler farklı açılardan ele alınabilmekte ve farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Sınıflandırmalarda hizmeti kimin ürettiği (insan-makine), hizmet üretimi anında alıcının hazır bulunmasını gerektirip gerektirmediği, alıcının hizmeti ne amaçla aldığı (kişisel veya örgütsel), hizmetin bir mal ile birlikte ya da bir mala bağlı olmadan sunulmasına göre v.b. kriterler göz önünde bulundurulmaktadır.<sup>10</sup>

<sup>2</sup> A. S., Öztürk, *Hizmet Pazarlaması*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 8.Baskı, Eskişehir 2008, s.14.

<sup>3</sup> İslamoğlu ve diğerleri, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım A.Ş , İstanbul 2006, s.17.

<sup>4</sup> L., Rogers, *İlke ve Yöntemleriyle Pazarlama*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 1996, s.16.

<sup>5</sup> Öztürk, s.4.

<sup>6</sup> J. G., Monks, *Operations Management: Theory Problems*, Mcgrow Hill Book Company, 1982, p.587.

<sup>7</sup> A., Palmer, *Principles of Services Marketing*, McGrow Hill Book Company, Bershire, 1994, p.91.

<sup>8</sup> W., Staton, *Fundamental of Marketing*, McGrow Hill Fasot Company, 1984, p.676.

<sup>9</sup> Karahan, s.22.

<sup>10</sup> Ö., Dinçer, *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Yayınları, İstanbul, 1996, ss.287-288.

### **3. Hizmetlerde Kalite**

Hizmetlerin doğrudan insana ve onun sorunlarına yönelik olmalarından ve hizmetlerin kendilerine özgü özelliklerinden dolayı, kalite düzeylerinin ne olması gerektiği başlı başına bir sorundur.<sup>11</sup> Günümüzde ekonomik ve teknolojik gelişmelerin, üretimden tüketime kadar her aşamada yol açtığı değişimler üretilen mal ve hizmetin kalitesini önemli ölçüde artırmıştır. Kalite yalnızca hizmeti satın alan müşteriler tarafından açıklanabilen bir kavram olup, müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek özelliklere sahip mal ve hizmet üretimini ortaya çıkabilmektedir.<sup>12</sup>

Hizmet sektöründe asıl sorun, herhangi bir hizmet bakımından potansiyel müşterilerin beklentilerinin neler olabileceği ve kendisine verilmiş olan hizmeti nasıl değerlendirdiğinin araştırılmasıdır. Kalitenin belirlenmesi bakımından müşterinin, hizmetin yarar sağlayan öğeleri karşısındaki tutumuyla birlikte hizmetin gerçekte verdiklerinin ele alınması gerekir.<sup>13</sup>

Hizmetleri fiziksel ürünlerden ayıran özellikler nedeniyle kalite, birçok boyuttan etkilenerek oluşturulabilmektedir. Yeniliklerin izlenmesi, hizmetin alıcıya en etkili bir biçimde sunulması, hizmet sektörünün önemini her geçen gün artırmış, hizmetlerin kalitesini ve bu kalitenin boyutlarını etkilemiş ve çeşitlendirmiştir. Hizmet kalitesinin ölçümünde yaygın olarak kullanılan ölçeklerden biri SERVQUAL'dır. Parasuraman ve diğerleri tarafından geliştirilen bu ölçek esas itibarıyla beş kalite boyutundan oluşmaktadır. Bunlar; gözle görülür imkânlar, anında hizmet, doğru ve güvenilir hizmet, güven telkin etme ve müşteriyi tanıma-anlamadır.<sup>14</sup> Bu beş faktör dört farklı hizmet grubunu kapsayan kapsamlı bir araştırmanın sonucunda on hizmet bileşeninden türetilmiştir. Bu bileşenler, güvenilirlik, karşılık vermek, yetkinlik, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, itibar (kredibilite), güvenlik, müşteriyi anlamak ve fiziksel varlıklar olarak açıklanmaktadır.<sup>15</sup>

### **4. Yüksek Öğrenim Kredi Ve Yurtlar Kurumu**

Türkiye'de devlet yurtları, Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'nun bünyesi altında toplanmıştır. Devlet yurtlarına kısaca YUR-TKUR denilmektedir. Yurt-Kur yüksek öğrenim gören öğrencilere kredi veren, yurtlar yaptırarak işleten, öğrencilerin sosyal ve kültürel gelişmelerine katkıda bulunan bir kurumdur.<sup>16</sup>

<sup>11</sup> İslamoğlu ve diğerleri, s.138.

<sup>12</sup> O., İçöz, *Hizmet Pazarlaması*, Turhan Kitabevi, Ankara 2005, ss.120-121.

<sup>13</sup> Ü. Yüksel ve Yüksel Mermod Aslı, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım A.Ş., İstanbul 2004, s.193.

<sup>14</sup> A. Parasuraman, Valerie, A. Zeithaml and Leonard L. Berry, "SERVQUAL: A Multi-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol:64, No:1, Spring 1988, p.23.

<sup>15</sup> Öztürk, s.155-156.

<sup>16</sup> N., Güldiken ve Özekcioğlu H., "Anadolu Üniversitelerinde Ailelerinden Uzakta Öğrenim Gören Öğrencilerin Barınmaya İlişkin Sorunları", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, 2004, s.163.

1961 Anayasası'nın 50. maddesi; Devlete halkın eğitim ve öğretim ihtiyaçlarını karşılamayı başta gelen ödev olarak vermiş ve maddi imkanlardan yoksun başarılı Türk gençlerinin öğrenimlerini sağlıklı ve düzenli bir biçimde sağlamak sosyal ve kültürel gelişmelerine katkıda bulunmak amacıyla burs ve diğer yollarla gerekli yardımların yapılmasını öngörmüştür.<sup>17</sup> Anayasa ile Devlete ait olduğu bildirilen bu görevlerin yerine getirilmesi için 22 Ağustos 1961 tarihinde yürürlüğe giren 351 sayılı Kanun ile Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu kurulmuştur.

#### **4.1.Yurt-Kur'un Eğitime Katkıları**

Yurt-Kur yüksek öğrenim gören öğrencilere kredi vermek, yurtlar yaptırmak ve yurt işletmesi sağlamak sureti ile Türk gençlerinin yüksek öğrenimlerini, sosyal ve kültürel gelişmelerini kolaylaştırmak amacı ile kurulmuştur. Başbakanlığa bağlı olarak Genel Müdürlük, taşrada 20 Bölge Müdürlüğü, 81 il, 117 ilçede toplam 289 Yurt Müdürlüğü ile hizmet vermektedir. Yurt-Kur 2008 – 2009 öğretim döneminde 225.000'e yakın öğrenciyi barındırırken, 568.463 öğrenciye öğrenim kredisi, 460.756 öğrenciye katkı kredisi, 182.015 öğrenciye de karşılıksız burs vermektedir. Yurt-Kur 80 il, 92 ilçede, 245 yurdunda 224.485 yatak kapasitesi ile hizmet vermektedir. Sosyal, kültürel, sportif faaliyetlerle öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirmelerine katkıda bulunmaktadır. Öğrencilere sabah kahvaltısı ve akşam yemeği yardımı adı altında beslenme katkısı yapılmaktadır (www.kyk.gov.tr).

#### **4.2. Yurt-Kur'da Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler ve Hizmet Kalitesini Artırmaya Yönelik Çalışmalar**

Öğrencilerin yurt ortamına ve yaşantısına uyumlarını kolaylaştırmak, öğrenciler arası ilişkileri geliştirmek, öğrencilerin yurdu ve kurumu tanımalarını ve benimsemelerini sağlayabilmek amacıyla: öğrencilere, yurda ilk geldiklerinde, programı uygulayacak personelce, yurdun fiziki yapısı (yatakhaneler, lokantakantin, banyo-duş vb.) ve yurtlarda uyulması gereken kurallar hakkında kısa bilgiler verilmesi, oryantasyon programı ile ilgili toplantılara öğrencilerin katılımının özendirilmesi, imkanlar ölçüsünde, değişik konular içeren (eğitim, sağlık, ekonomi, kültürel ilişkiler, yurda, okula ve çevreye uyum vb.) seminer, konferans ve geziler düzenlenmesi veya kurum dışında düzenlenmiş bu tür faaliyetler öğrencilere önceden duyurularak, toplantılar yapılmaktadır.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> <http://www.kyk.gov.tr>. (29.12.2009)

<sup>18</sup> <http://10.100.0.51/talimat/yidb/4-02> htm, Erişim Tarihi: 21.12.2009, (Oryantasyon Uyum Programı Talimatı)

Psikolog ve/veya sosyal çalışmacının bulunduğu yurtlarda, bu meslek elemanlarınca, öğrenci oryantasyon programında kullanılmak üzere, öğrencilerin yurt yaşantısına, çevreye, okula ve arkadaşlarına uyumlarını ve kaygılarını belirlemeye yardımcı olacak (Anket, kaygı envanteri vb.) çalışmalar yapılmaktadır.

Yurtlarda Alınacak Tedbirler ve Uygulamalar Talimatının gereğince; yurt müdürü başkanlığında ayda en az iki kez öğrencilerle toplantı yapılarak, beklenti, istek ve sorunlarının tespit edilmesi, imkan dahilinde çözümüne çalışılması, çözümü mümkün olmayan durumların ikna edici bir şekilde öğrenciye anlatılması, öğrencilerin toplu yaşam gereği uymak zorunda oldukları kurallar ve bu kurallara uymadıkları takdirde uygulanacak disiplin işlemi hakkında bilgilendirilmektedir.

Türk Cumhuriyetleri ve Türk toplulukları ile diğer yabancı uyruklu öğrencilerin ülkemiz öğrencileriyle kaynaşmalarını ve kültürel etkileşimi sağlamak için, yabancı uyruklu öğrencilerin ülkemiz öğrencileriyle birlikte aynı odada barındırılmalarına özen gösterilmesi, sosyal, kültürel, sportif faaliyetler ile diğer etkinliklerde, öğrencilerin bir arada ve aynı ekip içerisinde yer almaları sağlanmaktadır.

Öğrencilerin derslerine, dersleri dışında kalan zamanı en iyi şekilde değerlendirmelerine, bilgi ve kültür seviyelerini yükseltmelerine, sorunlarını görebilen ve karşılaştıkları sorunlara çözüm yolları bulabilen gençler olarak yetişmelerine yardımcı olabilmek amacıyla, kütüphane hizmetleri sunulmasına özen gösterilmektedir.

Mevcut koşullar dikkate alınarak, kurum ilke ve hedefleri doğrultusunda, hizmet kalitesinin artırılması ve öğrenci beklentilerinin karşılanması için gösterilen gayret ve gerçekleştirilen çalışmaların yeterliliği ve hizmet kalitesinde sağlanan ilerlemelerin değerlendirilmesi yapılmaktadır.

## **5. Yükseköğrenim Kredi Ve Yurtlar Kurumunun Verdiği Hizmetlerin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması**

### **5.1. Araştırmanın Konusu**

Bu çalışmanın konusunu Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumunun sunmuş olduğu hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi oluşturmaktadır. Konuya ilişkin alan araştırması Sivas Yurt Müdürlüğü'nde barınan öğrenciler üzerinde yapılmıştır.

### **5.2. Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın amacı, hizmet pazarlaması kapsamında Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'nun sunmuş olduğu hizmetlerin müşterisi konumundaki öğrencilerin, yurttaki sunulan hizmet düzeylerini ve yurt ortamlarını algılamaları, kurumdan sağladıkları hizmetlerden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir.

Bu doğrultuda, öğrencilere sunulan hizmetleri algılamalarında önemli faktörlerin neler olduğu, bu faktörlerin öğrencilerin demografik özellikleri bakımından farklılık gösterip göstermediğini tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bu yurtlarda yönetimin etkinliğini sağlamak için öneriler geliştirmek de amaçlanmıştır.

### **5.3. Araştırmanın Önemi**

Hizmet sektöründeki hızlı gelişmeler ve ilerlemeler hizmetlerin önemini artırmıştır. Günümüzde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti çalışmaları oldukça önem kazanmıştır. Yurtlarda verilen hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl algılanıp değerlendirildiği, müşteri memnuniyeti ölçümleri, hizmetlerin geliştirilmesi ve kullanıcı odaklı hizmet üretimi açısından önem taşımaktadır. Kullanıcı memnuniyeti ölçümlerini belirli zaman aralıklarıyla tekrarlamak, hizmetlerin gelişimi ve memnuniyetin değişimini kontrol etmesi için önemlidir. Bu araştırma Yurt-Kur'da verilen hizmetlerin algılanmasına, hizmet kalitesini artırılmasına ve buna bağlı olarak memnuniyetsizlik düzeylerinde önlem alınması yönünde yarar sağlayacaktır. Türkiye'de bu konu kapsamında yeterli bir çalışmanın olmayışı, araştırmanın önemini artırmaktadır. Ayrıca ortaya konulan sonuçların diğer çalışmalar için başvuru kaynağı olması bu tarz araştırmaların belli periyotlarla tekrarlanması açısından oldukça önemlidir.

### **5.4. Araştırmanın Sınırları**

Araştırma, YURT-KUR'a bağlı yurtlarda barınan üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Bu bağlamda Sivas ilinde bulunan ve Cumhuriyet Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler araştırmanın sınırını oluşturmuştur. Araştırmanın kavramsal çerçevesini ise söz konusu yurtlarda barınan öğrencilerin aldıkları hizmetleri algılamaları teşkil etmektedir.

### **5.5. Araştırmanın Metodolojisi**

Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Sivas Yurt Müdürlüğü'nde barınmakta olan öğrencilere anket uygulanarak araştırma yapılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır.

#### **5.5.1. Araştırmanın Örnekleme**

Araştırmanın ana kütlesi Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Sivas Yurt Müdürlüğü'nde barınmakta olan öğrencilerdir. Sivas Yurdunun 1892'si kız, 1080'i erkek olmak üzere toplam öğrenci sayısı 2972 kişidir. Anketler, Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Sivas Yurt Müdürlüğü yurtlarında barınan öğrencilerin arasından kolayda örnekleme ile seçilen 500 öğrenciye uygulanmıştır.

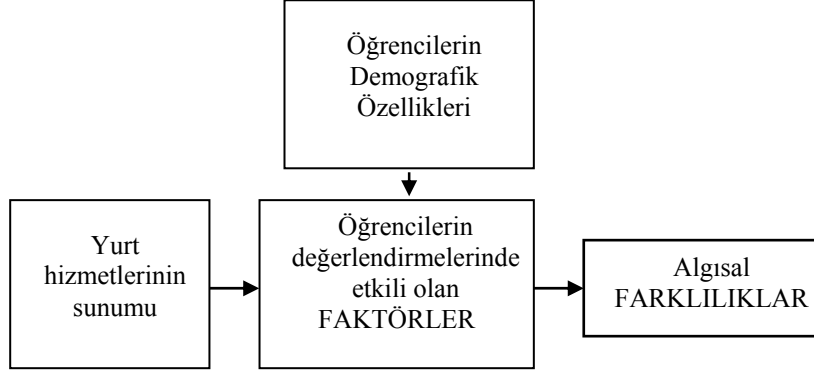
### **5.5.2. Verileri Toplama Yöntemi**

Araştırmanın amaçları doğrultusunda çeşitli soru gruplarına yer verilen bir anket formu geliştirilmiştir. Anket formunda, araştırmanın temel amaçlarına ulaşmayı sağlayacak sorular ve öğrencilerin demografik özelliklerini belirleyecek sorular olmak üzere çeşitli ölçeklerde sorulara yer verilmiştir. Uygulanan anket dört aşamadan oluşmaktadır. Birinci bölümde, öğrencilerin kaldıkları yurt bloklarına ait bilgileri kapsayan sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise yurtlarla ilgili özellikler verilmiş bu özelliklerin önem derecesi sorulmuştur. Üçüncü bölümde beşli Likert ölçeği üzerinde sunulan ifadeler (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle katılıyorum) bulunmaktadır. Bu bölümdeki sorular yurtların sunmakta olduğu hizmetleri ifade etmektedirler. Dördüncü bölümde ise demografik sorulara yer verilmiştir. Anket formu hazırlandıktan sonra ön teste tabi tutulmuş, 20 kişilik bir grup üzerinde denenerek son şekli verilmiştir. Anket uygulamasına geçilmeden önce, hazırlanan anket formu yurttaki kalan toplam 20 öğrenciye uygulanmış, soruların araştırmanın konusuyla doğrudan ilgili olup olmadığı ve soruların cevaplayıcılar tarafından doğru bir şekilde anlaşılıp anlaşılmadığı araştırılmıştır. Anket formunun ilk biçimsel olmayan ön testinden sonra, anket üzerinde gerekli düzeltmeler yapılmış ve anket formuna son şekli verilmiştir. Ayrıca, anket formunun başında, cevaplayıcılara hitaben anketin konusu ve amacını içeren kısa bir açıklama ve teşekkür yer almıştır.

### **5.5.3. Araştırmanın Modeli**

Araştırmanın modeli öğrencilerin yurt hizmetlerini değerlendirmelerini ve demografik özelliklerine dayalı olarak algısal farklılıklarını ortaya koymaktadır (Şekil 1). Yurtlarda, öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Bu hizmet seviyeleri yurt hizmetlerinin öğrenciler tarafından değerlendirilmesinde etkili olan faktörleri teşkil etmektedir.





**Şekil 1:** Araştırmanın Modeli

#### 5.5.4. Verilerin Analizi

Elde edilen verilere araştırmanın amaçları doğrultusunda aşağıdaki istatistikî yöntemler uygulanmıştır (Tablo1):

- Öncelikle, elde edilen verilerin sıklık düzeyleri (Frekansları) ve yüzde-leri bulunmuş, ortalamalar çıkarılmış, tablolarla yorumlamalar yapılmıştır (Demografik sorular için).
- Anket formunda yer verilen 27 ifadeye Faktör Analizi uygulanmış, üniversite öğrencilerinin yurt hizmetlerini tercih etmelerinde etkili olan faktörler elde edilmiştir.
- Öğrencilerin demografik özellikleri ve kaldıkları yurtlar (Eski Blok-Yeni Blok) itibarı ile yurt hizmetlerini algılama düzeyleri özellikleri arasında farklılıklar olup olmadığını araştırmak üzere T Testi yapılmıştır.

**Tablo 1: Araştırmada Uygulanan Analizler**

<b>Değişkenler (Sorular)</b>	<b>Beklenen Amaçlar</b>	<b>Uygulanan Analizler</b>
Demografik Değişkenler (Özellikler)	Demografik değişkenlerin gösterilmesi ve yorumlanması	Frekanslar Yüzdeler Ortalamalar
Yurt hizmetlerini ifade eden 25 adet değişken	Öğrencilerin yurt hizmetlerini tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin bulunması	Faktör Analizi
Yurt hizmetlerini algılama düzeyleri (bağımlı değişken) Öğrencilerin demografik özellikleri ve kaldıkları yurtlar (Eski Blok-Yeni Blok) bağımsız değişken	Öğrencilerin demografik özellikleri ve kaldıkları yurtlar (Eski Blok-Yeni Blok) itibarı ile yurt hizmetlerini algılama düzeyleri arasındaki farklılıkların tespiti	T Testi

## **5.6.Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi**

### **5.6.1.Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulguları**

Araştırmaya katılan öğrencinin demografik özellikleri kapsamında cinsiyet, yaş gruplarına, öğrenim durumlarına, aile gelirlerine, ikamet ettikleri bölgelere göre dağılımları Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2:** Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%	Ailesinin aylık Toplam geliri	Frekans	%
Kız	311	62.2	500 ve daha az	148	29.6
Erkek	189	37.8	501-1000	220	44
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>	1001-1500	99	19.8
Öğrencinin Yaşı	Frekans	%	1501-2000	26	5.2
18 ve daha az	45	9	2001 ve daha çok	7	1.4
19 - 21 Arası	317	63.4	<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>
22 - 24 Arası	127	25.4	İkamet Ettikleri Bölgeler	Frekans	%
25 ve Üzeri	11	2.2	Marmara	45	8.4
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>	Karadeniz	87	17.4
Öğrenim Durumları	Frekans	%	Akdeniz	86	17.2
Önlisans	70	14	Ege	38	7.6
Lisans	427	85.4	Doğu Anadolu	55	11
Yük.Lisans/Doktora	3	0.06	İç Anadolu	150	30
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>	Güneydoğu Anadolu	42	8.4
			<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında kızların oranının erkeklerden fazla olduğu görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin %62.2'si kız, %37.8'i erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Bu dağılımda kız öğrencilerin sayısının fazla olmasının nedeni kız öğrenci (1892) kapasitesinin, erkek öğrenci (1080) kapasitesinden fazla olmasıdır. Öğrencilerin yaşları bakımından dağılımlarına bakıldığında %63.4'ü 19-21 yaş arası grupta toplanmış ve ilk sırayı almıştır. Öğrencilerin %25.4'ü 22-24, %9'u 18 ve daha az, %2.2'lik kısmını ise 25 ve daha üzeri yaşlarda olan öğrenciler oluşturmuştur. Öğrencilerin öğrenim durumları bakımından en büyük kesimi %85.4 ile lisans düzeyinde öğrenciler oluşturmuştur. %14'lük kısmı ön lisans düzeyinde, %0.6'lık kısmı ise yüksek lisans düzeyinde olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin % 44'lük kısmının ailelerinin geliri 501-1000 lira aralığında, %29.6 'sının 500 ve daha az, %19.8'nin 1001-1500 lira, %5.2 'sinin 1501-2000 lira, % 1.4 'nün 2001 ve daha çok olarak görülmüştür. Elde edilen verilerden yola çıkarak yurtlarda barınan öğrencilerin ailelerinin gelir durumlarının düşük seviyede (asgari ücret) olduğu tespit edilmiştir

### 5.6.2.Öğrencilerin Öğrenci Yurtların Özellikleri ile ilgili Algılamaları

**Tablo 3:** Öğrencilerin Öğrenci Yurtlarını Algılamalarına İlişkin Ortalamalar

Yurt Özellikleri	n	Ortalama	Std. Sapma
Isınma problemi yoktur.	500	4,18	1,038
Yurtta 24 saat sıcak su verilmektedir.	500	4,07	1,221
Yurtların bina içi aydınlatması yeterlidir.	500	3,89	0,990
Yurtlara şehirden ulaşım kolaydır.	500	3,53	1,132
Yurt kampüsünün aydınlatması yeterlidir.	500	3,51	1,171
Yurt giriş saatleri öğrenci için uygundur.	500	3,48	1,311
Yurt kampüsünün dış görünüşü güzeldir	500	3,40	1,063
Bu yurttta kalmayı öğrenci arkadaşlarıma tavsiye ediyorum.	500	3,29	1,274
Yöneticiler öğrencilere düzeyli davranmaktadır	500	3,26	1,209
Kuaför/berber hizmetleri yeterlidir.	500	3,14	1,220
İstek ve şikayetler yöneticiler tarafından dikkate alınmaktadır.	500	3,11	1,273
Yöneticiler öğrencilere güven vermektedir.	500	3,10	1,232
Çamaşırhane hizmetleri yeterlidir.	500	3,00	1,243
Yöneticiler kibar ve güler yüzlüdür.	500	2,95	1,275
Çalışma salonları yeterlidir.	500	2,87	1,323
Havalandırma sistemi yeterlidir.	500	2,83	1,275
Kaldığım blok rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir.	500	2,82	1,199
Yurtta temizlik ve hijyen yeterlidir.	500	2,80	1,341
Öğr.sos-sportif faaliyetleri yapacakları alanlar mevcuttur.(vol-fut-bas- bilardo)	500	2,75	1,360
Yurt rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir.	500	2,68	1,217
Öğrenci odalarının fiziki donanımı yeterlidir	500	2,52	1,213
Yurtta sunulan hizmetlerin fiyatları makul seviyededir.	500	2,51	1,327
Rehberlik ve danışma hizmeti yeterlidir.	500	2,49	1,213
Kantin-kafeterya hizmetleri yeterlidir.	500	2,48	1,287
Psikolojik sorunlarla yeterince ilgilenilmektedir.	500	2,37	1,198
İnternet hizmetleri yeterlidir.	500	2,14	1,237

Tablo 3’de öğrencilerin barınmakta oldukları öğrenci yurtlarını değerlendirme düzeyleri verilmiştir. En fazla desteklenen ifadeler 4.18 ortalama değer ile “Isınma problemi yoktur” ifadesi ve 4.07 ortalama ile “Yurtta 24 saat sıcak su verilmektedir” ifadesidir. Yurtlarla ilgili önemli özelliklerden, kurumdan beklenen hizmet ağırlığı, ısınma ve sıcak su imkanları konusunda genel ortalama iyi olarak değerlendirilirken diğer önemli konu olan banyo ve wc’lerin düzeni ve temizliği,

hijyeni konusu 2.80 ortalama almış, dolayısıyla bu hizmetler zayıf olarak değerlendirilmiştir.

Yurtların fiziki şartları ile ilgili özellikler içerisinde en fazla desteği 3.89 ortalama ile “Yurtların bina içi aydınlatması yeterlidir” ifadesi alırken, en az desteklenen, en düşük ortalama değere sahip ifade ise 2.52 ortalama değeri olan “Öğrenci odalarının fiziki donanımı yeterlidir” ifadesidir. “Yurtlara şehirden ulaşım kolaydır” ifadesi 3.53, ”Yurt kampüslerinin aydınlatması yeterlidir” ifadesi 3.51, “Yurt kampüslerinin dış görünüşü güzeldir” ifadesi 3.40, “Çalışma salonları yeterlidir” ifadesi 2.87, “Havalandırma sistemi yeterlidir” ifadesi 2.83, “Kaldığım blok rahatsız edecek kadar kalabalık değildir” ifadesi 2.82, “Öğrencilerin sosyal sportif faaliyetleri yapacakları alanlar mevcuttur” ifadesi 2.75, “Yurt rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir” ifadesi 2.68 ortalama değeri almıştır.

Öğrencilere sorulan “Yurtlara giriş saatleri uygundur “ ifadesi 3.48 ortalama değer ile desteklenirken “Yurtlarda sunulan hizmetlerin fiyatları makul seviyededir” ifadesi 2.51 ile en düşük ortalama değerlerden birisini alarak, zayıf bir özellik olarak değerlendirilmiştir.

Yurtlarda müstecirler tarafından yürütülen hizmetlerle ilgili ifadelere yer verilmiş, bu işletmelerin yürütmüş oldukları hizmetler değerlendirilmiş, buna göre Kuaför/berber hizmetleri yeterlidir” ifadesi 3.14 ortalama değer ile desteklenirken “İnternet hizmetleri yeterlidir” ifadesi en düşük ortalama olarak, zayıf olarak değerlendirilmiştir.

“Çamaşırhane hizmetleri yeterlidir” ifadesi 3.00 ortalama değer alırken, “Kantin-kafeterya hizmetleri yeterlidir” ifadesi 2.48 ortalama değer ile yine zayıf olarak değerlendirilmiştir.

Ankette Yurt-Kur’da çalışan personelle ilgili ifadelere yer verilmiş, bu ifadeler içerisinde en fazla desteği 3.26 ortalama değer ile ”Yöneticiler öğrencilere düzeyli davranmaktadır” ifadesi alırken, en az desteklenen, en düşük ortalama değere sahip ifade ise “Psikolojik sorunlarla yeterince ilgilenilmektedir” ifadesi olmuş, bu değişken zayıf olarak değerlendirilmiştir. “İstek ve şikayetler yöneticiler tarafından dikkate alınmaktadır” ifadesi 3.11, “Yöneticiler öğrencilere güven vermektedir” ifadesi 3.10, “Yöneticiler kibar ve güler yüzlüdür” ifadesi 2.95, “Rehberlik ve danışma hizmetleri yeterlidir” ifadesi ise 2.49 ortalama değer ile zayıf olarak değerlendirilmiştir.

Son olarak öğrenciler “Bu yurttan kalmayı öğrenci arkadaşlarıma tavsiye ediyorum” ifadesine 3.29 ortalama ile değerlendirmişlerdir. Öğrencilerin kaldıkları yurdu arkadaşlarına tavsiye etme noktasında pek de istekli olmadıkları söylenebilir.

**Tablo 4:** Ailelerin Gelir Düzeyine Göre Öğrenci Sayılarının Yurdu Tercih Etme Sebeplerine Göre Dağılımı

Tercihler	Ailelerin Gelir Düzeyi (% , Frekans)					TOPLAM
	+500	501-1000	1001-1500	1501-2000	2000+	
Devlet Yurdu Olması	34	41	16	3	1	95
	35,8%	43,2%	16,8%	3,2%	1,1%	100,0%
Fiyatların Uygun Olması	64	89	36	13	1	203
	31,5%	43,8%	17,7%	6,4%	,5%	100,0%
Okula Yakın Olması	12	21	18	3	4	58
	20,7%	36,2%	31,0%	5,2%	6,9%	100,0%
Güvenilir Olması	7	23	8	4	0	42
	16,7%	54,8%	19,0%	9,5%	,0%	100,0%
Mecburiyetten	28	32	16	2	1	79
	35,4%	40,5%	20,3%	2,5%	1,3%	100,0%
Diğer	3	14	5	1	0	23
	13,0%	60,9%	21,7%	4,3%	,0%	100,0%
<b>TOPLAM</b>	148	220	99	26	7	500

Yurtda kalan öğrencilerin ailelerinin gelir durumuna göre yurdu tercih etme sebepleri; ailesinin aylık toplam geliri 500 ve daha az olan öğrencilerden 64 kişi, 501-1000 arasında olanlardan 89 kişi, 1001-1500 arasında olanlardan 36 kişi, 1501-2000 arasında olanlardan 13 kişi, 2000 ve daha çok olanlardan 1 kişi yurdu fiyatı uygun olduğu için tercih etmiştir (Tablo 4).

**Tablo 5:** Öğrencilerin Yurdu Tercih Etme Sebeplerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Tercihler	Cinsiyet (% , Frekans)		TOPLAM
	Kız	Erkek	
Devlet Yurdu Olması	57,9%	42,1%	100,0%
	120	83	203
Fiyatların Uygun Olması	59,1%	40,9%	100,0%
	44	14	58
Okula Yakın Olması	75,9%	24,1%	100,0%
	38	4	42
Güvenilir Olması	90,5%	9,5%	100,0%
	36	43	79
Mecburiyetten	45,6%	54,4%	100,0%
	18	5	23
Diğer	78,3%	21,7%	100,0%
	311	189	500
<b>TOPLAM</b>	62,2%	37,8%	100,0%

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre yurtları tercih etme sebeplerine bakıldığında 311 kız öğrenciden; 120'si fiyatların uygun olması, 55'i devlet yurdu olması, 44'ü okula yakın olması, 38'i güvenilir olması, 36'sı mecburiyetten, 18'i de diğer sebeplerden dolayı yurdu tercih ettikleri görülmektedir. Öte yandan 189 erkek öğrenciden 83'ü fiyatların uygun olması, 43'ü mecburiyetten, 40'ı devlet yurdu olmasından, 14'ü okula yakın olmasından, 5'i diğer sebeplerden, 4'ünde güvenilir olması sebebiyle yurdu tercih etmiştir. Her iki grup için de yurdun tercih edilmesindeki en önemli sebep fiyatların uygun olması görülmektedir (Tablo 5).

### 5.6.3. Üniversite Öğrencilerinin YURT-KUR Sivas Yurt Müdürlüğü'nde Verilen Hizmetleri Algılamalarında Etkili Olan Faktörler

Öğrencilerin YURT-KUR Sivas Yurt Müdürlüğü'nde verilen hizmetleri algılamalarında etkili olan faktörleri belirlemek için geliştirilmiş olan 26 adet değişkeni yeni boyutlara atamak amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Analizde "varimax yöntemi" kullanılarak özdeğeri 1'den büyük olan altı faktör (algılanılan değer boyutları) bulunmuştur. Özdeğeri 1'den büyük olan faktörler toplam varyansın %60'ını açıklamaktadır ve bu oranın %60'ın üzerinde çıkması araştırma-

larda arzu edilen bir orandır.<sup>19</sup> KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testi ,891 olarak bulunmuş ve faktör analizi yapılan örneklemin yeterli olduğu söylenebilir.<sup>20</sup> Barlett's testi:5486;  $p<0.000$  olması ana kütle içerisindeki değişkenler arasında bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir.

Verilerin kendi içindeki iç tutarlılığının olup olmadığını belirlemek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmış ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) ,906 olarak bulunmuştur. Alfa değerinin 0.70 ve üzerinde olması yeterli görülmektedir.<sup>21</sup> Ayrıca her bir faktöre ait güvenilirlik katsayıları da çıkarılmış ve Tablo 6'da gösterilmiştir. Ancak bazı faktörlerde bu katsayı .70'den düşük çıkmıştır.<sup>22</sup> Bu yüzden ilgili (son üç faktör) faktörlerin iç güven (mean inter-item korelasyon) değerleri de hesaplanarak tablonun altında verilmiştir.

Faktör analizi ile belirlenen altı faktörün içerdiği değişkenler bakımından daha kolay tanımlanabilmesini sağlayan faktör dönüşümü (Rotated Component Matrix) sonuçlarından altı faktörün içerikleri belirlenmiştir. Bu faktörler ve faktör yükleri Tablo 6'da verilmiştir. Faktörleri oluşturan değişkenler dikkate alınarak ilgili altı faktör; Yönetici özellikleri, Fiziki koşullar, Öğrenci Yoğunluğu, Aydınlatma, Özel Hizmet Birimleri, Yurtlara Giriş-Çıkış ve Ulaşım olarak adlandırılmıştır.

---

<sup>19</sup> M., Nakip, *Pazarlama Araştırmaları*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2006, s.409.

<sup>20</sup> R., Altunışık, Coşkun R. ve Diğerleri., *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Geliştirilmiş Beşinci Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2007, s.226.

<sup>21</sup> Altunışık, ve Diğerleri., s.116.

<sup>22</sup> Cronbach alpha değeri ölçekteki madde sayısına bağlıdır. Ölçeğin az sayıda maddeden oluşması durumunda (genellikle on maddeden az olduğu durumlarda), Cronbach Alpha's değeri genelde oldukça düşük çıkmaktadır. Bu durumda, maddeler için "mean inter-item korelasyon"u hesaplayıp rapor etmek daha iyi bir alternatiftir. Optimal "mean" iter-item korelasyon değerleri 0.2 ile 0.4 arasında yer almaktadır (Ercan GEGEZ, "Pazarlama Araştırmalarında Metodolojik Hatalar", **2. Pazarlama Araştırmaları Eğitim Semineri**, Nevşehir 2008).



**Tablo 6:** Öğrencilerin Verilen Hizmetleri Algılama Faktörleri

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Öz Değerleri	Varyans %	Cronbach's Alfa Katsayısı
<b>Faktör 1: Yönetici özellikleri</b>		8.061	31.006	0.897
Yöneticilerin güven vermesi	0.816			
Yöneticilerin düzeyli davranması	0.798			
İstek ve şikayetlerin dikkate alınması	0.798			
Yöneticilerin kibar ve güler yüzlü davranması	0.771			
Psikolojik sorunlarla yeterince ilgilenilmesi	0.701			
Rehberlik, danışma hizmetlerinin olması	0.686			
Yurtta kalmanın öğrencilere tavsiye edilmesi	0.530			
<b>Faktör 2: Fiziki Koşullar</b>		2.110	8.116	0.814
Yurtta temizlik ve hijyenin yeterli olması	0.706			
Sosyal ve sportif alanların mevcut olması	0.704			
24 saat sıcak suyun verilmesi	0.573			
Havalandırma sisteminin olması	0.554			
Isınma probleminin olmaması	0.522			
Çalışma salonlarının yeterli olması	0.490			
Odaların fiziki donanımının yeterli olması	0.481			
Yurt hizmetlerinde fiyatların uygun olması	0.451			
Kantin kafeterya hizmetlerinin yeterli olması	0.433			
<b>Faktör 3: Öğrenci Yoğunluğu</b>		1.651	6.352	0.924
Kalınan bloğun kalabalık olmaması	0.905			
Yurdun genel olarak kalabalık olmaması	0.898			
<b>Faktör 4: Aydınlatma</b>		1.318	5.071	0.679*
Yurtların bina içi aydınlatmasının yeterli olması	0.735			
Yurt kampüsünün aydınlatmasının yeterli olması	0.734			
<b>Faktör 5: Özel Hizmet Birimleri</b>		1.226	4.718	0.546*
İnternet hizmetlerinin yeterli olması	0.695			
Kuaför/berber hizmetlerinin yeterli olması	0.686			
Çamaşırhane hizmetlerinin yeterli olması	0.447			
<b>Faktör 6: Yurtlara Giriş-Çıkış ve Ulaşım</b>		1.147	4.413	0.504*
Yurt giriş saatlerinin uygun olması	0.761			
Yurtlara şehirden ulaşımın kolay olması	0.586			
Yurt kampüsünün dış görünüşünün güzel olması	0.469			

\*: Optimal mean iter-item korelasyon değerleri (Faktör 4 için 0.527, Faktör 5 için 0.238, Faktör 6 için 0.257).

**Yönetici Özellikleri (Faktör 1):** Bu faktör, toplam varyansın % 31.00'ini açıklamaktadır ve 7 adet değişkenden meydana gelmektedir. Faktörü meydana getiren değişkenler, yöneticilerin özelliklerini ifade etmektedir. Faktöre en büyük katkıyı “Yöneticilerin güven vermesi” değişkeni sağlamaktadır (faktör yükü 0.816) ve faktörün en güçlü değişkenidir. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla; “Yöneticilerin düzeyli davranması”(faktör yükü 0.798) “İstek ve şikayetlerin dikkate alınması” (faktör yükü 0.780), “Yöneticilerin kibar ve güler yüzlü davranması” (faktör yükü 0.771), “Psikolojik sorunlarla yeterince ilgilenilmesi”(faktör yükü 0.709), “Rehberlik danışma hizmetlerinin olması” (faktör yükü 0.686), “Yurtta kalmayı öğrenci arkadaşlarına tavsiye edilmesi“(faktör yükü 0.530) sağlamaktadır. Bu faktöre ait değişkenlerin her birine ait faktör yükleri %50'nin üzerinde çıkmıştır.

**Fiziki Koşullar (Faktör 2 ):** Bu faktör dokuz değişkenden meydana gelmektedir. Faktör varyansın %8.11'ini açıklamaktadır. Faktör fiziki koşulların yeterli olması değişkenlerinden oluşmaktadır. Faktöre en büyük katkıyı “Yurtta temizlik ve hijyenin yeterli olması” değişkeni sağlamaktadır (faktör yükü 0.706) ve faktörün en güçlü değişkenidir. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla; “Sosyal ve sportif alanların mevcut olması” (faktör yükü 0.704), “24 saat sıcak suyun verilmesi” (faktör yükü 0.573), “Havalandırma sisteminin olması”(faktör yükü 0.554),“Isınma probleminin olmaması” (faktör yükü 0.522), “Çalışma salonlarının yeterli olması” (faktör yükü 0.490), “Odaların fiziki donanımın yeterli olması“(faktör yükü 0.481), “Yurt hizmetlerinde fiyatların uygun olması“( faktör yükü 0.451),”Kantin kafeterya hizmetlerinin yeterli olması” (faktör yükü 0.433) Faktöre en az katkıyı bu son değişken sağlamaktadır. Bu faktöre ait değişkenlerin ilk beşine ait faktör yükleri %50'nin üzerinde çıkmıştır.

**Öğrenci Yoğunluğu (Faktör 3 ):** Bu faktör iki değişkenden meydana gelmektedir. Faktör, toplam varyansın %6.32'sini açıklamaktadır. Her iki değişken de yurdun kalabalık olma durumu ile ilgilidir. “Kalınan bloğun kalabalık olmaması” (Faktör yükü 0.905) değişkeni faktöre en yüksek katkıyı sağlamaktadır. İkinci sırada yer alan ve faktörün son değişkeni olan “Yurdun genel olarak kalabalık olmaması” (Faktör yükü 0.898) değişkeni ise bu faktöre en az katkı sağlayan faktör olmuştur. Her iki değişkene ait faktör yükleri de yine %50'nin üzerinde çıkmıştır.

**Aydınlatma (Faktör 4 ) :** Bu faktörde iki değişkenden meydana gelmektedir. Faktör, toplam varyansın %5.07'sini açıklamaktadır. Her iki değişkende yurdun aydınlatılması konusuyla ilgilidir. “Yurtların bina içi aydınlatmasının yeterli olması” (Faktör yükü 0.73 ve ikinci sırada yer alan ve faktörün son değişkeni olan “Yurt kampusunün aydınlatmasının yeterli olması”(Faktör yükü 0.73) değişkenlerinden oluşmaktadır. Her iki değişkene ait faktör yükleri %50'nin üzerinde çıkmıştır.

**Özel Hizmet Birimleri (Faktör 5) :** Bu faktör üç değişkenden meydana gelmektedir. Faktör, toplam varyansın %4.71'ini açıklamaktadır. Faktör, yurtlarda özel kişiler tarafından çalıştırılan hizmet işletmeleri birimlerini ifade eden değişkenlerinden oluşmaktadır. “İnternet hizmetlerinin yeterli olması” (Faktör yükü 0.69) değişkeni, faktöre en yüksek katkıyı sağlamaktadır. İkinci sırada yer alan “Kuaför / berber hizmetlerinin yeterli olması” (Faktör yükü 0.68) değişkeni, “Çamaşırhane hizmetlerinin yeterli olması” (Faktör yükü 0.44) ise bu faktöre en az katkı sağlayan faktör olmuştur ve % 50'nin altına düşmüştür. Diğer iki değişkene ait faktör yükleri de yine %50'nin üzerinde çıkmıştır.

**Yurtlara Giriş-Çıkış ve Ulaşım (Faktör 6):** Bu faktör üç değişkenden meydana gelmektedir. Faktör, toplam varyansın %4.41'ini açıklamaktadır. Faktör yurtlara ulaşım kolaylığını ifade etmektedir. “Yurt giriş saatinin uygun olması” (Faktör yükü 0.76) değişkeni, faktöre en yüksek katkıyı sağlamaktadır. İkinci sırada “Yurtlara ulaşımın kolay olması” (Faktör yükü 0.68) değişkeni yer almıştır. “Yurt kampüslerinin dış görünüşünün güzel olması” (Faktör yükü 0.46) değişkeni ise bu faktöre en az katkı sağlayan faktör olmuştur ve % 50'nin altına düşmüştür. Diğer iki değişkene ait faktör yükleri de yine %50'nin üzerinde çıkmıştır.

Bu algılamalar faktörlere ait değişkenler incelendiğinde yurt öğrencileri Yurt-Kur'un hizmetlerine ait özellikleri birkaç madde hariç genel olarak desteklemektedirler.

Genel olarak faktör analizi sonuçlarını değerlendirmek gerekirse üniversite öğrencilerinin birinci faktörü oluşturan “yönetici özellikleri”ne bu faktör içinde de “yöneticilerin güven vermesi” değişkenine yüksek algılama değerleri verdikleri görülmektedir. Belirtilen altı faktör itibarı ile yurt idarelerinin kendilerini yeniden konumlandırmak için gerekli çalışmalarda bulunarak üniversite öğrencilerinin algılamalarındaki konumlarını daha üst bir düzeye taşımalarıdır. Başka bir ifade ile, Sivas Yurt-Kur'un hizmet (ürün) sunumlarında yönetici özelliklerine dikkat etmeleri ve öğrencilere hizmet sunumlarında bu yönde düzenlemelerde ve geliştirmelerde bulunmaları gerekmektedir. Burada vurgulanması gereken bir nokta, bu faktörün yurttaki barınan öğrenciler ile yurt idari yapılanmasında yer alan personelin beşeri ilişkilerinin ne kadar sağlıklı işlediğini de ifade etmesidir. Bu sebeple öğrenciler ile sıcak ilişkiler kurabilmek, bu yönde bir atmosferi teşkil edebilmek önemlidir. Bu sonuçlara göre yöneticilerin, hizmet seviyesi oluşturma çabalarını da yüksek hizmet kalitesi anlayışlarına yansıtılmaları gerekmektedir.

#### **5.6.4. Öğrencilerin Kaldıkları Yurt Özellikleri İtibarı ile Yurt Hizmetlerini Değerlendirme Düzeylerindeki Farklılıklar**

Öğrencilerin değerlendirme düzeylerinin tespiti amacıyla; Yurtların hizmet özelliklerine (Yurtlara şehirden ulaşım kolaylığı, yurdun rahatsız edecek şekilde kalabalık olmaması, kantin kafeterya hizmetlerinin yeterli olması, yöneticilerin

öğrencilere düzeyli davranması) ilişkin değerlendirmeleri bağımlı değişken, öğrencilerin demografik özellikleri ve kaldıkları yurt blokları (Eski Bloklar ve Yeni Bloklar) bağımsız değişken alınarak T Testi yapılmıştır. Öğrencilerin demografik özellikleri itibarı ile anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

T Testi sonucunda, öğrencilerin kaldıkları blokların özelliklerine göre yurt hizmetlerini değerlendirmelerinde dört değişken (Yurtlara şehirden ulaşım kolaylığı, yurdun rahatsız edecek şekilde kalabalık olmaması, kantin kafeterya hizmetlerinin yeterli olması, yöneticilerin öğrencilere düzeyli davranması) itibarıyla fark bulunmuştur (Tablo 7).

$H_0$ : Öğrencilerin kaldıkları yurt Blokları itibarıyla yurt hizmetlerini değerlendirme düzeyleri arasında fark yoktur.

$H_1$ : Öğrencilerin kaldıkları yurt Blokları itibarıyla yurt hizmetlerini değerlendirme düzeyleri arasında fark vardır.

**Tablo 7:** Öğrencilerin Kaldıkları Yurt Bloklar İtibarı ile Yurtta Verilen Hizmetleri Algılamaları Düzeyleri Arasındaki Farkı Gösteren T Testi Sonuçları

Yurtlarda Verilen Hizmetlerle İlgili Özellikler	Eski Bloklar		Yeni Bloklar		F Değeri	Anlamlılık Değeri
	Ortalama	n	Ortalama	n		
Yurtlara şehirden ulaşım kolaydır	3.71	221	3.38	279	25.98	0.001
Yurt rahatsız edecek şekilde kalabalık değildir	2.55	221	2.78	279	0.79	0.037
Kantin kafeterya hizmetleri yeterlidir	2.26	221	2.65	279	6.15	0.000
Yöneticiler öğrencilere düzeyli davranmaktadır.	3.12	221	3.38	279	2.75	0.016

Öğrencilerin yurt blokları itibarıyla “Yurtlara şehirden ulaşım kolaydır” ifadesini değerlendirme düzeyleri arasında fark çıkmıştır. Genel olarak eski blokta kalan öğrencilerin yaptıkları değerlendirmeler daha yüksek çıkmıştır. Bu değişken eski bloklarda kalan öğrenciler (3.71 ortalama) tarafından yeni bloklarda kalan öğrencilere (3.38 ortalama) oranla daha yüksek düzeyde değerlendirilmektedir. Bu sonuç eski blokların üniversite kampüsüne yakın olmasından kaynaklanmaktadır.

Öğrencilerin blokları itibarıyla “Yurt rahatsız edecek kadar kalabalık değildir” ifadesini değerlendirme düzeyleri arasında fark çıkmıştır. Genel olarak yeni blokta kalan öğrencilerin yaptıkları değerlendirmeler daha yüksek çıkmıştır. Yeni bloklarda kalan öğrenciler (2.78 ortalama) tarafından eski bloklarda kalan öğrencilere (2.55 ortalama) oranla daha yüksek düzeyde değerlendirilmektedir. Bu sonucun yeni bloklarda kalan öğrencilerin tek bir blokta 540 kişi olarak kaldıkları, eski bloklarda ise beş blok toplam 1352 kişi hizmetlerden birlikte yararlandığı sonucu düşünülebilir.

Öğrencilerin blokları itibariyle “Kantin-Kafeterya hizmetleri yeterlidir” ifadesini değerlendirme düzeyleri arasında fark çıkmıştır. Genel olarak yeni blokta kalan öğrencilerin yaptıkları değerlendirmeler (2.65 ortalama) eski bloklarda kalan öğrencilere (2.26 ortalama) oranla daha yüksek çıkmıştır. Bu sonucun yeni blokların karma yurt olması 1620 öğrenciye ait merkezi kantin-kafeteryanın olması, ayrıca kız bloku içerisinde fast-food hizmet veren bir kantinin bulunması sebebiyle yüksek düzeyde değerlendirilmiştir. Eski bloklarda ise kantin-kafeteryanın öğrenci kapasitesine yetecek büyüklükte olmaması sonuç üzerinde etkilidir. Ayrıca yeni yurtlara ve eski yurtlara ait kantin-kafeterya hizmetleri ayrı firmalar tarafından işletilmiş olmasının sonuç üzerinde etkili olabileceği konusunu düşündürmektedir.

Öğrencilerin blokları itibariyle “Yöneticiler öğrencilere düzeyli davranmaktadır” ifadesini değerlendirme düzeyleri arasında fark çıkmıştır. Genel olarak yeni blokta kalan öğrencilerin yaptıkları değerlendirmeler daha yüksek çıkmıştır. Yeni bloklarda kalan öğrenciler (3.38 ortalama) tarafından eski bloklarda kalan öğrencilere (3.12 ortalama) oranla daha yüksek düzeyde değerlendirilmektedir. Bu sonucun yeni blokların fiziki şartlarının daha iyi olması öğrenci psikolojisi ve çalışan psikolojisi üzerindeki olumlu etkisinin ilişkilere yansıdığı ve sonuç üzerinde etkili olduğu düşünülebilir.

## **6. Tartışma ve Sonuç**

Hizmet sektöründeki hızlı gelişmeler ve ilerlemeler hizmetlerin önemini artırmıştır. Günümüzde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti çalışmaları oldukça önem kazanmıştır. Yurtlarda verilen hizmetlerin öğrenciler tarafından nasıl algılanıp değerlendirildiği, müşteri memnuniyeti ölçümleri, hizmetlerin geliştirilmesi ve kullanıcı odaklı hizmet üretimi açısından önem taşımaktadır. Kullanıcı memnuniyeti ölçümlerini belirli zaman aralıklarıyla tekrarlamak, hizmetlerin gelişimi ve memnuniyetin değişimini kontrol etmesi için önemlidir.

Bu çalışma Yurt-Kur’da öğrencilere verilen hizmetlerin değerlendirilmesini, hizmet kalitesini artırılması ve buna yönelik tedbirler alınması için sonuçlarının veri teşkil etmesi bakımından önemli bir yere sahiptir.

Sivas Yurt Müdürlüğünde araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu kız öğrenciler oluşturmaktadır. Bu oran araştırmaya katılanların üçte ikisine yakın bir orandır. Yaşları itibariyle yine büyük çoğunluk 19-21 yaşları arasındadır ve %63.4 oranındadır. Öğrenim durumları açısından %85.4 lisans düzeyinde öğrenci ankete katılmıştır. Yurtta kalan öğrencilerin ailelerinin düşük gelir grubunda oldukları, ikamet ettikleri bölge itibariyle büyük çoğunluğun İç Anadolu bölgesinden olduğu sonucu çıkmıştır.

Öğrencilerin ortaya koyduğu ortalamalara 26 değişken itibarı ile bakıldığında yaklaşık yarısının yüksek (olumlu), yarının da düşük (olumsuz) değerlendir-

meyi içerdiği görülmektedir. Yönetimsel özellikleri içeren değişkenlerin genelde olumlu, daha çok fiziki şartlara ilişkin değişkenlerin ise olumsuz algılandığı ortalamalardan anlaşılmaktadır. Haliyle, yurt yönetimlerinin düşük değerlendirmelere karşılık gelen özellikler üzerine eğilmesi ve iyileştirmelere gitmesi yararlı olacaktır.

Faktör analizi sonuçlarını genel olarak değerlendirmek gerekirse yurt öğrencileri Yurt-Kur'un hizmetlerine ait özellikleri birkaç madde hariç genel olarak olumlu değerlendirmektedirler. Özellikle, üniversite öğrencilerinin birinci faktörü oluşturan "yönetici özellikleri"ne bu faktör içinde de "yöneticilerin güven vermesi" değişkenine yüksek algılama değerleri verdikleri görülmektedir. Elde edilen altı faktör itibarı ile yurt idarelerinin kendilerini yeniden konumlandırmak için gerekli çalışmalarda bulunarak üniversite öğrencilerinin algılamalarındaki konumlarını daha üst bir düzeye taşımalarıdır. Başka bir ifade ile, Sivas Yurt-Kur'un hizmet (ürün) sunumlarında yönetici özelliklerine dikkat etmeleri ve öğrencilere hizmet sunumlarında bu yönde düzenlemelerde ve iyileştirmelerde bulunmaları gerekmektedir. Burada vurgulanması gereken bir nokta, bu faktörün yurttan barınan öğrenciler ile yurt idari yapılanmasında yer alan personelin beşeri ilişkilerinin ne kadar sağlıklı işlediğini de ifade etmesidir. Bu sebeple öğrenciler ile sıcak ilişkiler kurabilmek, bu yönde bir atmosferi teşkil edebilmek önemlidir. Bu sonuçlara göre yöneticilerin, hizmet seviyesi oluşturma çabalarını da yüksek hizmet kalitesi anlayışlarına yansıtılmaları gerekmektedir.

Öğrencilerin kaldıkları yurt binalarına göre verilen hizmetleri değerlendirme düzeylerinde "şehirden ulaşım", "öğrenci yoğunluğu", "kafeterya hizmetleri" ve "yöneticilerin davranışları" itibarı ile farklar çıkmıştır. Söz konusu dört hizmet bakımından da yeni binada kalan öğrencilerin algılamaları eski binada kalan öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Burada görülen farklılıklar asıl, öğrencilerin verilen hizmetleri algılamalarında odaklanmalarına işaret etmesi açısından önemlidir.

Araştırma sonuçlarına dayanarak Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumuna bağlı Sivas Yurt Müdürlüğü'ne bağlı yurtlarda barınan öğrencilerin (tüketici) memnuniyetini artırmaya yönelik aşağıdaki öneriler sunulabilir:

— Öncelikle verilen hizmetler konusunda öğrenciler sürekli bilgilendirilmeli, hizmetle ne demek istendiği tanımlanmalıdır. Bu tanımlamalar yapılırken duyuru panolarının yanı sıra web sayfası gibi modern araçlarda kullanılmalıdır.

— Müşteri odaklı bir anlayış içerisinde yurtlarda barınan öğrenci profilini belirleyip her seviyedeki öğrencinin beklenti ve ihtiyaçları tespit edilmeli ve bu tespitler doğrultusunda imkanlar dahilinde ihtiyaçlar maksimum seviyede giderilmeye çalışılmalıdır. Örneğin; fiziki koşullara en uygun öğrenci barındırma kapasitesinin sağlanması, odada kalan öğrenci sayılarının azaltılması, kullanım alanlarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi, uygun bölümlerin bilgisayar odası, müzik odası,

tv-cd-dvd izleme ve dinleme odaları, konferans salonu, açık ve kapalı spor alanları vb. şekilde düzenlenerek, binalardan maksimum düzeyde yararlanma koşullarının sağlanması.

— Kullanıcıların kendilerini rahat hissedebilecekleri, sessiz ve maksimum seviyede kullanabilecekleri çalışma salonu ortamı oluşturulmalı, özellikle sınav zamanlarında masa ve sandalye bulmakta sıkıntı yaşanması nedeniyle bunların sayıları artırılmalıdır. Çalışma salonu koşulları düzeltilmeli yurtta barınan öğrencinin %80'ine bir masa düşecek şekilde çalışma salonları ahşap masalarla dizayn edilmelidir.

— İklimlendirme ve havalandırma koşulları iyileştirilmelidir.

—Yurt bünyesi içerisinde öğrencilerin kişisel temizlik ve bakımları için en uygun ortam ve imkanlar oluşturulmalı, ortak kullanım alanlarının (wc ve banyolar) görevli personel tarafından sürekli kontrol edilmeli, temizliğin 24 saat devamı sağlanmalıdır.

— Yurt lokanta, kantin ve diğer küçük işletmelerce sunulan hizmetlerde günlük koşullara uygun gelişmeler sağlanmalı, Yurt-Kur'da hizmet veren özel işletmelerin (Kantin, kuaför, çamaşırhane, kuru temizleme, fotokopi, internet kafe işletmeleri) sunmuş oldukları hizmet kaliteleri belirli aralıklarla kontrol edilmeli hizmet kalitesinin devamlılığı sağlanmalıdır.

— Öğrencilerin Sivas Yurt Müdürlüğü'nde rehberlik ve danışma hizmetlerinden yeteri kadar yararlanamadığı, psikolojik sorunlarıyla yeterince ilgilenilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Yurtta psiko-sosyal serviste yalnızca sosyal çalışmacının olduğu ve psikolog kadrosunun boş olması bu sonucun çıkmasında önemli etkidir. Kurum boş olan kadroların doldurulması için gerekli tedbirleri almalıdır.

— Öğrencilerinin özellikle kız öğrencilerin sosyal ve sportif alanları kullanamadıklarını, sosyal ve kültürel faaliyetlerden yararlanamadıkları görülmüştür. Sivas Yurdu Karma yurt bünyesinde sportif alanlarının erkek bloklarına yakın olması sebebiyle kız öğrencilerin bu alanları yeteri kadar kullanamadıkları, yurt bünyesinde kapalı bir spor salonunun olmamasının kış aylarında öğrencilerin spor yapma imkanını kısıtlaması sebebiyle mevcut imkanlardan yararlanamadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal ve kültürel faaliyetlerden yararlanamayan öğrencilerin sosyal faaliyetlerle ilgili duyuruları takip etmedikleri, anonsları dikkate almadıkları bu tarz faaliyetlere karşı çok istekli olmadıkları sonucu da konu üzerinde etkili bir faktördür.

Ayrıca, özellikle yurt kayıtları döneminde ulusal basında ve medyada Yurt-Kur ve hizmetleri hakkında bilgilendirme çalışmaları yapılmalı, yerel basın ve medyada il bazında yurtlar ve hizmet özellikleri tanıtılmalı ve halkla ilişkiler çalışmaları yapılmalıdır. Ayrıca Türkiye genelindeki yurtlarda hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti ölçümü gibi çalışmalar her yıl yapılarak hizmet süreçlerine

yansıtılmalı, hizmetler kullanıcı odaklı hale getirilerek kullanıcıların beklentileri doğrultusunda verilen hizmetler geliştirilmelidir.

Çalışmanın uygulaması Sivas ilinde ve Yurt-Kur'a bağlı öğrenci yurtlarında barınan üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Bu yüzden Türkiye'ye genellenemez. Bu doğrultuda sınırlı bir kavramsal çerçeveye de sahiptir. Bununla birlikte varılan sonuçlar, bu konuda yapılacak çalışmalara ışık tutabilir. Daha özeldir Yurt-Kur'un yapacağı çeşitli düzenlemeler ve uygulamalarda, kurumsal politikalarının belirlenmesinde, yapılanmasında vb. katkılar sağlayabilir. Gelecekte bu türden çalışmaların tekrar edilmesi ve sonuçlarının karşılaştırılması daha yararlı olacaktır.



### KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun R. ve Diğerleri., *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Geliştirilmiş Beşinci Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2007.
- Dinçer Ö., *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Yayınları, İstanbul, 1996.
- Gegez, E.. “Pazarlama Araştırmalarında Metodolojik Hatalar”, 2. *Pazarlama Araştırmaları Eğitim Semineri*, Nevşehir, 2008.
- Güldiken N. ve Özekicioğlu H., “Anadolu Üniversitelerinde Ailelerinden Uzakta Öğrenim Gören Öğrencilerin Barınmaya İlişkin Sorunları”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, 2004, ss.163-180.
- İçöz O., *Turizm İşletmelerinde Pazarlama*, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1996.
- İçöz O. , *Hizmet Pazarlaması*, Turhan Kitabevi, Ankara 2005.
- İslamoğlu A.H., Candan B., Hacıfendioğlu Ş. ve Diğerleri, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım A.Ş , İstanbul 2006.
- Karahan Kasım, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayınları, İstanbul, 2000.
- Kurtuluş, K., *Pazarlama Araştırmaları*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, No:274, 1998.
- Monks J. G., *Operations Management: Theoryong Problems*, Mcgrow Hill Book Company, 1982.
- Nakip, M., *Pazarlama Araştırmaları*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2006
- Öztürk A. S., *Hizmet Pazarlaması*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 8.Baskı, Eskişehir 2008.
- Palmer A., *Principles of Services Marketing*, MCGrow H:11 Book Company, Bershire, 1994.
- Staton W., *Fundamental of Marketing*, McGrow Hill Fasot Company, 1984.
- Parasuraman A. Valarie, A. Zeithaml and Leonard L. Berry, "SERVQUAL: A Multi-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol:64, No:1, Spring 1988, pp.12-40.
- Rogers L., *İlke ve Yöntemleriyle Pazarlama*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 1996.
- Yüksel Ü. ve Yüksel Mermod Aslı, *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım A.Ş, İstanbul 2004.
- <http://10.100.0.51/talimat/yidb/4-02 htm>, Erişim Tarihi: 21.12.2009, (Oryantasyon Uyum Programı Talimatı)
- <http://www.kyk.gov.tr>. (29.12.2009).