

## EĞİTİM SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ ALGILAMALARINA İLİŞKİN YABANCI DİL KURUMLARINDA BİR ARAŞTIRMA

Duygu TALİH\*  
İrem Figen GÜLENC\*\*

### ÖZET

Hizmetler sanayileşmiş ülkelerde ekonomi ve istihdamda büyük paya sahiptir. Bu gerçeğe bağlı olarak, hizmetlerin geliştirilebilmesi amacıyla, hizmet kalitesini açık bir şekilde tanımlama ve ölçme gerekliliği ortaya çıkmıştır. Güler yüzle sunulan hizmet, müşteri memnuniyeti için yeterli sayılırken, hizmet sektörünün son yıllarda en hızlı büyüyen sektör olması, beraberinde rekabetin artmasını sağlamış, bu durum da işletmelerin müşteri memnuniyetine yönelik araştırmalarını yoğunlaştırmasına neden olmuştur.

Çalışma, Kocaeli İli'nde faaliyet gösteren farklı yabancı dil eğitim kurumlarında öğrenim gören toplam 150 kursiyer ile gerçekleştirilmiş ve kalite ölçme aracı olarak SERVQUAL ölçeğinin algılama soru önermelerinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler analiz edilerek kursiyerlerin, kurumların hizmetlerine ilişkin algıları değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet kalitesi, Eğitimde kalite, SERVQUAL yöntemi.

### A RESEARCH IN FOREIGN LANGUAGE INSTITUTIONS RELATED TO SERVICE QUALITY PERCEPTIONS IN EDUCATION SECTOR

### ABSTRACT

Services have a large share in economy and employment of the industrialized countries. Depending on this fact, the necessity of clearly defining and measuring quality of service has emerged to improve the services. Whereas traditionally giving service with a smiling face is accepted as sufficient for the customer satisfaction now it has become compulsory for the companies to intensify their researches on the customer satisfaction as service sector has become the fastest growing sector in recent years along with the increased competition.

---

\* Öğr.Gör., Yalova Üniversitesi Yalova MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

\*\* Yrd.Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü

The study has been conducted with 150 trainees that have been studying in various foreign language institutions operating in Kocaeli province and as a quality measurement; tool perception question hypothesis of SERVQUAL scale was used. The data obtained has been analyzed and trainee's perceptions of institutions' services were evaluated.

**Key Words:** *Service quality, Education quality, SERVQUAL method.*

## 1. GİRİŞ

Küreselleşme ile bilgi ve iletişim teknolojisindeki ilerlemeler, gerek ulusal gerekse uluslararası ticaretin ve rekabetin daha da çetin olmasına neden olmuştur. Toplumsal yaşamın yaygınlaşması, teknolojik gelişmeler ve insanların refah düzeyinin artmasına paralel olarak tüketici bilincinde meydana gelen değişimler doğal olarak hizmet sektörünün önemini her geçen gün daha çok ön plana çıkarmaktadır.

Değerleri sürekli değişen bugünün ekonomisinde bir işletmenin başarılı olabilmesi için müşteriye kusursuz hizmet vermesi gerekmektedir. Her ne kadar ürün kalitesi müşteri hizmetlerinin önemli bir parçası ise de müşteriye hizmet etmek sadece yüksek kaliteli ürünler üretmek olarak algılanmamalıdır. Hizmet kalitesini ölçmek için geliştirilmiş, hizmet üreten işletmeler için yeni ufuklar açan oldukça yeni ve faydalı birçok metod bulunmaktadır. Bu ölçüm metodları sayesinde sektör içinde işletmenin hangi seviyede hizmet sunduğu ölçülebileceği gibi, işletmenin periyodik olarak hizmet kalitesinin ölçümüyle sürekli kontrolü ve başarısı gözlemlenmektedir. Çalışmalar arasında en fazla kabul göreni, Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL modelidir.

Tüm bu anlatılanların ışığında bu çalışmanın amacı, hizmet kalitesinin ne olduğunu ve algılanan hizmet kalitesinin nasıl ölçüleceğini araştırmak ve yabancı dil eğitim kurumlarında hizmet kalitesini müşterilerin (kursiyerler) gözüyle değerlendirmektir. Bunları yapabilmek için de hizmet, kalite, hizmet kalitesi ve eğitim sektöründe kalite kavramları açıklanmış ve hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik olarak SERVQUAL modeli hakkında bilgi verilmiş, araştırma sonucunda elde edilen bilgiler analiz edilerek değerlendirilmiştir.

## 2. HİZMET SEKTÖRÜNDE KALİTE

Hizmet, tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen, maddi niteliği olmayan bir üründür. Aynı zamanda hizmeti

zaman, yer, biçim ve psikolojik yararlar sağlayan ekonomik faaliyet olarak tanımlamak mümkündür. Bir başka tanımda ise hizmetler, tüketicilerin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldıkları faydalar olarak tanımlanmaktadır. Goetsch ve Davis hizmeti, “Hizmet başka birisi için iş icra etmektir” şeklinde tanımlarken Colier, “Üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir performans, sosyal olay veya çaba” olarak tanımlamaktadır (Devebakan, 2003: 39).

Philip Kotler ve Gary Armstrong’un tanımlarında ise daha kapsamlı bir yaklaşım göze çarpmaktadır: “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” (Öztürk, 2007: 4-5).

Kalite kavramı, insanların ve sistemlerin “hata yapması” ve “mükemmel ulaşma isteği” gerçeğinden ortaya çıkmıştır (Gümüsoğlu, Akbaba, Tavmergen, Akan, 2007: 39). Geleneksel anlamda yaklaşıldığında kalite kavramı, standartlara uyum ya da fonksiyonlara uygunluk olarak ele alınmaktadır. Ancak günümüzde kavram, bu tanımlara sığmayacak derecede yeni boyutlar kazanmıştır (<http://enm.blogcu.com>).

Ellis’in tanımında kalite, kendi başına belirsiz bir terimdir: ama standartlar ve mükemmellik kelimeleriyle bir araya gelince güçlü bir anlam ifade eder.

Fields’e göre, belirtilen veya belirlenen bir gereksinimin karşılanmasında bir ürün veya hizmetin üstünde taşınması gereken özelliklerin tümü kalitedir. Yine aynı yıl Greenwood’dan benzer bir tanım gelmiş ve kalite, belirlenmiş ve yerine getirilmesi onaylanmış müşteri gereksinimlerinin tatmini olarak tanımlanmıştır (Köksal, 2003: 22).

Günümüzde işletmelerin çok yoğun bir rekabet ortamında faaliyet gösterdikleri dikkate alınırsa, mükemmel hizmet kalitesinin stratejik bir araç olarak kabul edilmesinde yarar vardır. Çünkü rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamak isteyen işletmelerin, belirli konularda ayırt edici bir üstünlüğe sahip olması gerekir. İşte bu alanlardan birisi de hizmet kalitesidir (Nakip, Varinli, Güllü, 2006:374).

Koşulsuz müşteri memnuniyeti, hayal değil, başarılması gereken bir hedeftir. Bunu başarmak için, şirketin insan kaynağını, çalışanlardan ve müşterilerden oluşmuş bir bütün olarak algılamak gerekmektedir. Bu düşünceye göre müşteri, artık uzaklarda bir yerde bizden alışveriş yapan biri olmaktan çıkar; hizmet sisteminin bir parçası haline gelir. Bu anlamda müşteri, hizmet ve/veya ürün satın aldığı şirkette hak sahibi olarak

görülmelidir. Çünkü mevcut hizmet sisteminin en büyük artı değerini o sağlamaktadır (Gürdal, 2005:4-6). Bu noktada, müşteri mutluluğu hem ana hedefi hem de ana girdi olarak sisteme katılmalıdır. Bunun için de hizmet kalitesi doğru tanımlanmalıdır (Taşkiran Mohammad, 2007: 31-32).

Mükemmel hizmet kalitesinin sağlanması için, “müşterilerin ne istediğinin” bilinmesi ile “şirketin sağlayabileceği hizmet” arasındaki ilişkinin iyi kurulması gerekmektedir. Başka bir deyişle, müşteri ihtiyaçları ile olmazsa olmaz iş esasları arasındaki ilişkinin iyi belirlenmesi gerekmektedir (Öztek, 2005: 36-39).

### 3. EĞİTİM SEKTÖRÜNDE KALİTE

Toplumların sosyal, ekonomik ve siyasal yönden gelişmesinde eğitim yaşamsal bir öneme sahiptir. Bilginin üretimi, kullanımı ve toplumsal gelişmeye olan etkisi ele alındığında eğitim, toplumların en öncelikli konularının başındadır (Avcı ve Sayılır, 2006: 123).

Türk eğitim sisteminin temel sorunları sistemin bütün olarak işleyişine bağlıdır. Sistem ile bütün olarak ilgilenmedikçe münferit alanlarda yapılacak iyileştirme çalışmalarından istenen sonuçları almak beklenmemelidir.

Bu nedenle sık sık ölümlerin olduğu bir akvaryumda hep hasta balıkları değil aynı zamanda kirli olan suyu değiştirmenin de gerekliliği gibi eğitim sistemimizi çağın ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve eğitim sistemini verimli hale getirebilmek için eğitime ayrılan kaynakların miktarını arttırmak, öğretmen sayısını yükseltmek gerekir (<http://www.psikolojikdanisma.net>).

Eğitimde kalite, eğitimsel ve öğretimsel tüm çalışmalarda en kaliteli ve mükemmel seçkinliği yakalamak için bir kurumun bütün çalışanlarının sürekli gelişim kültürünü benimsediği bir felsefe olarak tanımlanabilir (Bridge, 2003: 27).

Eğitimde kalitenin artırılması için, eğitim yönetimi üzerinde de önemle durulması gerekir. Eğitim yönetiminde yapılması gereken en öncelikli faaliyet, değerlendirme neticesinde ortaya çıkacak mevcut ihtiyaçların sistemli ve planlı olarak düzenlenecek kurum ve kuruluşlarda başarı ile uygulanan yönetim tekniklerini yakından inceleyerek deneyimlerden yararlanmaktır (Takan, 2001: 43-47). Eğitimde kalite; doğru eğitimin, doğru zamanda, doğru kişilere, doğru mekanda, doğru eğitimcilerle verilmesi ile gerçekleştirilebilir (Şimşek, 2000: 99-101).

#### 4. TÜRKİYE'DE YABANCI DİL EĞİTİMİ

Teknolojik gelişmenin, kültürel değişimin daha ilerisinde olduğu 21. yüzyılda yabancı dil bilmenin, öğrenmenin önemi tartışılmaz. Çağın teknolojisini, bilimini öğrenmek, anlamak, sahiplenmek ve üretmek zorunda olan, Avrupa Birliği üyesi olma hedefinde ve yolundaki Türkiye' de bu durum diğer ülkelerden daha da ciddiyetle ele alınması gereken bir konudur. Artık bir yabancı dilin yeterli olmadığı günümüzde, entelektüel bir meslekleşmeye doğru gidildiği görülmekte olup, bilgisayar ve yabancı dil bilmek, çağa yetişmek, onu yakalayabilmek için olmazsa olmaz koşuttur.

Türkiye'de yabancı dil bilmenin önemi ve zorunluluğu öne sürülerek eğitim yapılanmasında da değişiklikler yapılmıştır. Yabancı dil öğrenmenin yabancı dille öğretimle gerçekleşebileceği düşünülerek, gerek ortaöğretim gerekse yükseköğretimde yabancı dille öğretim yapan eğitim kurumları açılmıştır. Bu kurumlara alınan öğrencilerin hem vasatın çok üzerinde oldukları, hem de bu okulların teknik donanımları göz ardı edilerek, bu okullardan yetişen öğrencilerin yabancı dili diğer öğrencilere göre daha çabuk ve iyi öğrendikleri ve de çok başarılı oldukları iddiasıyla bu tür kurumların sayısı zamanla daha da çoğalmaktadır (Çelebi, 2006: 286-287).

#### 5. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

##### 5.1 Evren ve Örneklem

Araştırmanın ana kitesini yabancı dil eğitim kurumlarında öğrenim gören kursiyerler oluşturmaktadır. Bu çerçevede farklı yabancı dil eğitim kurumlarından toplam 150 kursiyer ile kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak anket formu aracılığı ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve 150 geçerli anket formu elde edilmiştir.

##### 5.2 Veriler ve Toplanması

Verilerin toplanmasında Parasuraman ve diğerleri tarafından geliştirilen ve değişik hizmet sektörlerinde kullanılıp, geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olan SERVQUAL ölçeğinin algılama soru önermelerinden oluşturulan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte ayrıca katılımcıların 5 hizmet kalitesi boyutunun önem derecelerini tespit etmeye olanak sağlayan bir bölüm ile sosyo-ekonomik ve demografik sorulara yer verilmiştir. Ölçeği oluşturan soru önermeleri 5 boyutta beş noktalı likert tipi

ölçek sorusu olarak sorulmuştur (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum).

### 5.3 Hizmet Kalitesi Ölçeği

Parasuraman vd., hizmet kalitesi kavramına daha geniş perspektiften yaklaşarak öncelikle onu tanımlamaya ve onu etkileyen faktörleri bulmaya, daha sonra da her hizmet türüne uygulanabilecek genel bir model geliştirmeye çalışmışlardır. Yazarlara göre hizmet kalitesi tüketicilerin hizmetten beklentilerini elde edip edemediklerine göre artmakta ya da azaltmaktadır. Tüketici beklentileri ve hizmetin sunumu arasındaki farklılıklar hizmetin kalitesini düşürecektir. Çünkü tüketicinin istediği ile hizmeti sunanın verdiği arasındaki farklılıklar doğal olarak hizmetten beklenenin iki tarafı açısından da verilmemesi anlamına gelmektedir. Böylelikle, hizmetin kalitesinde düşme meydana gelmektedir (Cerit, 2006: 20-21).

SERVQUAL, mükemmel hizmet kalitesini sağlamanın anahtarının müşterilerin beklentilerini tam olarak karşılamak veya beklentilerinin üstüne çıkmak olduğunu savunan bir ölçüm metodudur (Yılmaz, Çelik, Depren, 2007:238). Bu yöntemde hizmetten beklenen her bir özellik başlangıç olarak kabul edilmekte ve anket soruları bu nokta baz alınarak oluşturulmaktadır. Bu teknik, bugünkü performans durumunu ve müşterilerin kalitenin boyutlarına karşı işletmeden beklentilerini ölçmede kullanılmaktadır. Beklenenlerle algılananların arasında fark olup olmadığının ölçülmesinde kullanılan bu teknik ile müşteri tatmin düzeyi belirlenebilmektedir (Bütün, 2000: 65-66).

**Tablo 1.** SERVQUAL boyutlarının önem derecesi

Fiziksel Özellikler	11%
Güvenilirlik	32%
Heveslilik	22%
Güven	19%
Empati	16%

**Kaynak:** Leonard L.Berry, A. Parasuraman, Valerie A.Zeithaml, Improving Service Quality in America: Lessons Learned, Academy of Management Executive, Vol,8, No.2, 1994, p.33

Berry, Parasuraman ve Zeithaml'ın 1989 yılında 5 ayrı hizmet sektöründe ve 1900 müşteri üzerinde yaptığı çalışmada kullanılan 5 boyutun önem derecesi Tablo 1'de belirtilmiştir.

Tablo 2'de ise hizmet kalitesini oluşturan boyutların içerdiği önermeler yer almaktadır. Buna göre fiziki görünüm boyutu 1, 2, 3 ve 4. önermeleri, güvenilirlik boyutu 5, 6, 7, 8 ve 9. önermeleri, heveslilik boyutu 10, 11, 12 ve 13. önermeleri, güven boyutu 14, 15, 16 ve 17. önermeleri ve empati boyutu ise 18, 19, 20, 21 ve 22. önermeleri içerir.

**Tablo 2.** Hizmet kalitesini oluşturan boyutlar ve içerdikleri önermeler

Boyut No	Boyut Kodu	Boyut Adı	Boyuta Ait Önermeler
1	B1	Fiziksel Özellikler	1,2,3,4
2	B2	Güvenilirlik	5,6,7,8,9
3	B3	Heveslilik	10,11,12,13
4	B4	Güven	14,15,16,17
5	B5	Empati	18,19,20,21,22

**Kaynak:** Kerem Ciddi , “ Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Servqual Yönetimi ile Bir Uygulama” (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2004 ) s. 28

**Fiziksel Özellikler Boyutu:** Fiziksel bir ürünün mevcut olmayışı sebebiyle, müşteriler genellikle değerlendirmelerini yaparken, hizmeti çevreleyen somut varlıkları değerlendirirler. Bir firmanın somut varlıkları; halılar, masalar, ışıklandırma, duvarlarının renkleri, broşürler, günlük yazışmalar ve firmanın personelinin dış görünüşü gibi değişik nesnelere oluşur.

**Güvenilirlik Boyutu:** Güvenilirlik boyutu, firmanın işleyişinin tutarlılığı ve güvenilirliğini yansıtır. Firma, zaman içinde aynı kalite düzeyinde hizmet sağlayabiliyor mu veya kalite her alışverişte büyük oranda değişiyor mu? Firma, verdiği sözleri tutuyor mu, kayıtları tam olarak tutuyor mu ve ilk denemede hizmeti doğru biçimde sunabiliyor mu? Örnek olarak kablolu yayın firmaları verilebilir.

**Heveslilik Boyutu:** Heveslilik, firma çalışanlarının, hizmet etmeye hevesliliği ve hazırlığıyla ilgilidir. Bu boyut; müşterilerin istekleri, problemleri, şikayetleri ve sorularına karşı çabuk ve dikkatli çözümler getirmeyi gerektirir. Heveslilik; bir hizmet firmasının, hizmetlerini zamanında yerine getirmeye karşı olan bağlılığını yansıtır.

**Güven Boyutu:** SERVQUAL'in güven boyutu, firmanın işi iyi bilmesi, müşterilere karşı nezaket göstermesi ve hizmetlerindeki güvenlikle ilgilidir. İş bilmek, firmanın hizmet sunumundaki bilgi ve becerisini ifade eder.

Güvenlik, aynı zamanda güven boyutunun önemli bir bileşenidir. Güvenlik bir müşterinin, tehlike, risk veya şüpheden kurtulmuş olma hissini yansıtır. (Öztekın, 2005: 38-42).

**Empati Boyutu:** Bu kavram, hizmet işletmesinin ve çalışanlarının kendilerini müşteri yerine koyup, onun isteği doğrultusunda hizmetin nasıl sunulması gerektiğini düşünerek hareket etmesini ifade eder (İslamoğlu, Candan, Aydın, Hacıfendioğlu, 2006: 148). Sezgi hassasiyeti olan firmaların çalışanları, kendi firmalarının bir müşterisi olmanın nasıl bir duygu olduğunu unutmazlar. Buna ek olarak, sezgi hassasiyeti olan firmalar müşterilerin ihtiyaçlarını anlar ve hizmetlerini müşteriler tarafından kolayca ulaşılabilecek hale getirir. (Öztekın, 2005: 38-42).

#### 5.4 Araştırmanın Hipotezleri

Aşağıda sıralanan hipotezlerde söz konusu algıların eğitim kurumuna bağlı olarak değişimi arasındaki ilişkiler test edilmiştir.

H<sub>1</sub> = Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları yaşlarına bağlı olarak farklılık gösterir.

H<sub>2</sub> = Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları cinsiyetlerine bağlı olarak farklılık gösterir.

H<sub>3</sub> = Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları eğitim düzeylerine bağlı olarak farklılık gösterir.

H<sub>4</sub> = Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları eğitim kurumuna bağlı olarak farklılık gösterir.

### 6. VERİ ANALİZİ

#### 6.1 Güvenilirlik

Güvenilirlik; bir ölçme aracında (testte) bütün soruların birbirleriyle tutarlılığını, ele alınan oluşumu ölçmede türdeşliğini ortaya koyan bir kavramdır. Güvenilirlik analizi, toplam puanlar üzerine kurulu ölçeklere (Likert ölçeği, Q-Tipi ölçek ) dayalı araçların güvenilirliğini ortaya koymaya yarayan Cronbach Alfa katsayılarını hesaplar(Özdamar, 1999: 512-522).

**Tablo 3 . Hizmet kalitesi boyutlarının güvenilirlik değerleri**

<b>BOYUTLAR</b>	<b>CRONBACH ALPHA</b>
Fiziksel Özellikler	$\alpha = 0,70$
Güvenilirlik	$\alpha = 0,77$
Heveslilik	$\alpha = 0,72$
Güven	$\alpha = 0,58$
Empati	$\alpha = 0,78$

Bulgular gerek genel olarak, gerekse de boyutlar bazında güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

**Tablo 4: Algı anketi güvenilirlik değeri**

Cronbach Alfa	N
,869	22

SERVQUAL algı ölçeğinin iç tutarlılığının incelenmesi sonrasında ise  $\alpha = ,869$  gibi yüksek sayılabilecek düzeyde bir güvenilirlik değeri elde edilmiştir.

Bu iki analiz sonrasında mevcut 22 maddelik ölçek yapısı korunmuş ve müteakip analizler bu yapı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

## 6.2 Geçerlilik

Geçerlilik, bir test veya ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir. Hizmet kalitesi ölçeği Parasuraman vd. tarafından bilimsel yöntemler ile geliştirildiğinden ve teorik altyapısı olduğundan ölçeğin içerik geçerliliği (content validity) açısından geçerli olduğu düşünülmüştür. Hizmet kalitesi ölçeği araştırmada kullanılmadan önce çeşitli akademisyenler ve uzman kişiler ile görüşülerek değerlendirilmiştir. Önce İngilizceden Türkçeye çevirisi yapılmış, daha sonra Türkçeden İngilizceye tekrar çevirisi yapılarak uygun çeviri yapıldığı değerlendirilmiş ve deneklerin her birinin her sorudan aynı anlamı çıkardıkları görülmüştür. Böylece ölçeğin yüz geçerliliği (face validity) açısından da uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

### 6.3 Faktör Analizi

Faktör Analizi, çok değişkenle ifade edilen bilgileri daha az değişken ya da faktörle ifade edebilmek için kullanılan çok değişkenli bir istatistik tekniğidir. Faktör Analizinin amacı, çok değişkenli bir olayda birbirleri ile ilişkili değişkenleri bir araya getirerek az sayıda yeni ilişkisiz değişken bulmaktır.

Hizmet kalitesini oluşturan boyutlar ve bunların içinde yer alması gereken ifadeler SERVQUAL’da farklı hizmet sektörleri için istatistiksel açıdan çoğu zaman güvenilir ve geçerli bulunmuş olmasına rağmen burada sadece önermelerin toplanacağı boyutları ve bu boyutların sayısını görebilmek amacıyla aşağıdaki hipotez yardımıyla keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Kalite boyutlarını tespit etmek için yapılan keşifsel faktör analizinde Varimax Rotasyonu kullanılmıştır.

Verilerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek için hesaplanan KMO ve Bartlett Testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir. Değişkenler arasındaki kısmi korelasyon büyüklüğünü test eden KMO testi değeri 0,804 çıkmıştır. Bu sonuç 1’ e yakın olduğu için oldukça iyidir. Faktör modelinin uygunluğunu test eden Bartlett testinin sonucu da 1196,263 ve  $p=0,000$  güven seviyesinde önemli bulunmuş ve dolayısıyla verilerin faktör analizine uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

**Tablo 5. KMO and bartlett testi**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	,804
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	1196,263
df	231
Sig.	,000

Keşifsel faktör analizi sonucunda ortaya çıkan faktör grupları, faktör gruplarına karşılık gelen sorular ve ilgili istatistiki değerleri Tablo 6’da verilmiştir. Sonuç olarak, gerçekleştirilen uygulamada model geçerli (5 faktörlü yapı uygun ) ve sonuçlar tutarlı yani güvenilir bulunmuştur.

**Tablo 6.** Kursiyerlerin algılarına yönelik gerçekleştirilen faktör

İfadeler	Faktör Açıklanan Yükleri Varyans (%)	Cronbach Alpha
<b>Faktör 1: Fiziksel Özellikler</b>	<b>28,567</b>	<b>0.70</b>
1.X kurumu modern görünümlü bir donanıma sahiptir.	0,781	
2.X kurumunun fiziksel donanımı albenili ve çekicidir.	0,806	
3.X kurumunda verilen hizmetle ilgili yeterli araç – gereç bulunmaktadır.	0,656	
4.X kurumu personeli giyimine özen gösterir.	0,649	
<b>Faktör 2 : Güvenilirlik</b>	<b>10,025</b>	<b>0.77</b>
5.X kurumunda hizmetle ilgili verilen sözler yerine getirilir.	0,771	
6.X kurumundaki eğitimciler her zaman anlayışlı ve sempattir.	0,709	
7. X kurumundaki eğitimciler güvenilirdir.	0,573	
8.X kurumunda hizmetler söz verilen zamanda yerine getirilir.	0,417	
9.X kurumunda eğitimle ilgili tüm kayıtlar eksiksiz ve doğru tutulur.	0,762	
<b>Faktör 3 : Heveslilik</b>	<b>8,053</b>	<b>0.72</b>
10.X kurumundaki eğitimciler her zaman öğrencilerine ve velilerine bilgi verir.	0,647	
11.X kurumundaki eğitimciler her zaman beklenen eğitimi verir.	0,453	
12.X kurumu personeli öğrencilerine karşı ilgili ve yardım etmek için isteklidir.	0,48	
13.X kurumu personeli öğrencilerine her aşamada zaman ayırır.	0,446	
<b>Faktör 4 : Güven</b>	<b>5,768</b>	<b>0.58</b>
14.X kurumu personeli güvenilirdir.	0,459	
15.X kurumunda öğrenciler kendilerini güvende hisseder.	0,721	
16.X kurumu personeli her zaman kibar davranır.	0,704	
17.X kurumu personeli her zaman öğrencileri hakkında bilgi sahibidir.	0,567	
<b>Faktör 5 : Empati</b>	<b>5,371</b>	<b>0.78</b>
18.X kurumundaki eğitimciler öğrencilerine özel ilgi gösterir.	0,604	
19.X kurumu personeli öğrencilerine özel ilgi gösterir.	0,773	
20.X kurumu personeli öğrencilerinin ihtiyaçlarının neler olduğunu bilir.	0,753	
21.X kurumundaki eğitimciler öğrencilerinin menfaatlerini her zaman ön planda tutar.	0,793	
22.X kurumunda öğrenciler için uygun eğitim gün ve saatleri ayarlanır.	0,509	

Ölçüm aracındaki 22 ifade, faktör analizi tablosunda beş faktör altında toplanmıştır. Bu boyutlar hizmet kalitesine ait fiziksel özellikler,

güvenilirlik, heves, güven ve empatidir. Faktör Analizi sonucu belirlenen boyutlar ve bunların öz değerleri ve varyansı açıklama yüzdeleri Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7.** Faktörlerin öz değerleri ve varyansı açıklama yüzdeleri

Faktörler	Öz Değerler	Açıklama Yüzdesi	Birikimli Yüzde
Fiziksel Özellikler	6,285	28,567	28,567
Güvenilirlik	2,206	10,025	38,592
Heveslilik	1,772	8,053	46,645
Güven	1,269	5,768	52,413
Empati	1,182	5,371	57,784

Tablo 7'de görüldüğü üzere, toplam değişimin % 28,567'sini 1. faktör olan *Fiziksel Özellikler*, % 10,05'ini 2. faktör olan *Güvenilirlik*, % 8,053'ünü 3. faktör olan *Heveslilik*, % 5,768'ini 4. faktör olan *Güven* ve % 5,371'ini ise 5. faktör olan *Empati* içerir. Ayrıca beş faktörün toplamı, toplam değişimin % 57,784'ünü içermektedir.

#### 6.4 Anova Analizi

Bu bölümde kursiyerlerin öğrenim gördükleri yabancı dil kurumlarına ilişkin hizmet kalitesi algılamaları aritmetik ortalama ve standart sapma istatistikleri yardımıyla boyutlar bazında incelenmiştir. Ayrıca kursiyerlerin değerlendirmelerinin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve eğitim kurumu değişkenlerine bağlı olarak farklılaşma durumu sınanmıştır. Bu şekilde kursiyerlerin demografik özelliklerinin hizmet kalitesi algılamaları üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

**Tablo 8.** Kursiyerlerin yabancı dil eğitim kurumlarına ilişkin boyutlar bazındaki hizmet kalitesi algıları

N=150	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart Sapma
Fiziksel Özellikler	2,50	5,00	3,6567	,52420
Güvenilirlik	2,00	5,00	4,0122	,52823
Heveslilik	1,75	5,00	4,0867	,55863
Güven	2,00	5,00	4,1867	,43174
Empati	2,20	5,00	4,1040	,52723

Boyutlar bazında incelendiğinde kursiyerlerin ortalama algı puanları, fiziksel özellikler boyutuna ilişkin 3,65, güvenilirlik boyutuna ilişkin 4,01, heves boyutuna ilişkin 4,08, güven boyutuna ilişkin 4,18 ve empati boyutuna ilişkin 4,10'dur. Ölçekten alınabilecek maksimum puanın 5 olduğu ve 4 seçeneğinin "Katılıyorum" ifadesine karşılık geldiği göz önüne alındığında kursiyerlerin yabancı dil kurumlarına algılarının olumlu düzeyde olduğu söylenebilir.

**Tablo 9.** Hizmet kalitesi boyutları açısından yaş gruplarına göre kursiyerlerin ortalama algı skorları

		N	Ortalama
Fiziksel Öz.	8-16 Yaş Grubu	80	3,6313
	17-25 Yaş Grubu	54	<b>3,7546</b>
	26-34 Yaş Grubu	14	3,4821
	35 +	2	3,2500
	Toplam	150	3,6567
Güvenilirlik	8-16 Yaş Grubu	80	3,9590
	17-25 Yaş Grubu	54	<b>4,1057</b>
	26-34 Yaş Grubu	14	3,9571
	35 +	2	4,0000
	Toplam	150	4,0122
Heveslilik	8-16 Yaş Grubu	80	4,1188
	17-25 Yaş Grubu	54	4,0278
	26-34 Yaş Grubu	14	<b>4,1429</b>
	35 +	2	4,0000
	Toplam	150	4,0867
Güven	8-16 Yaş Grubu	80	<b>4,2531</b>
	17-25 Yaş Grubu	54	4,1111
	26-34 Yaş Grubu	14	4,0714
	35 +	2	4,3750
	Toplam	150	4,1867
Empati	8-16 Yaş Grubu	80	<b>4,2625</b>
	17-25 Yaş Grubu	54	3,9481
	26-34 Yaş Grubu	14	3,8143
	35 +	2	4,0000
	Toplam	150	4,1040

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin hizmet kalitesi algılamalarının yaşlarına bağlı olarak değişimi aşağıdaki hipotez yardımıyla veriler üzerinde tek yönlü varyans analizi ( one way anova) yöntemi kullanılarak test edilmiştir.

$H_1 =$  *Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları yaşlarına bağlı olarak farklılık gösterir.*

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin yaşlarına göre hizmet kalitesi algılamaları Tablo 9'daki aritmetik ortalama değerlerine göre incelendiğinde fiziksel özellikler ve güvenilirlik boyutu altında yer alan önermeler açısından 17-25 yaş grubundaki kursiyerlerin, heveslilik boyutu altında yer alan önermeler açısından 26-34 yaş grubundaki kursiyerlerin, güven ve empati boyutu altında yer alan önermeler açısından ise 8-16 yaş grubundaki kursiyerlerin algı değerlerinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 10:** ANOVA tablosu (yaş )

Hizmet Kalitesi Boyutları	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F değeri	Anlamlılık Değeri	
Fiziksel Öz.	Gruplar Arası	1,327	3	,442	1,630	,185
	Gruplar İçi	39,616	146	,271		
	Toplam	40,943	149			
Güvenilirlik	Gruplar Arası	,727	3	,242	,866	,461
	Gruplar İçi	40,011	143	,280		
	Toplam	40,738	146			
Heveslilik	Gruplar Arası	,329	3	,110	,347	,792
	Gruplar İçi	46,169	146	,316		
	Toplam	46,498	149			
Güven	Gruplar Arası	,918	3	,306	1,664	,177
	Gruplar İçi	26,855	146	,184		
	Toplam	27,773	149			
Empati	Gruplar Arası	4,518	3	1,506	5,959	,001*
	Gruplar İçi	36,899	146	,253		
	Toplam	41,418	149			

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamalarının, yaşlarına bağlı olarak değişip değişmediğini kontrol etmek için yapılan varyans analizinde ortalama algı skorlarının kursiyerlerin öğrenim gördükleri eğitim kurumuna göre değiştiği görülmüştür. Ancak, varyans analizi anlamlılık değerlerinin fiziksel özellikler boyutuna ait 0,185, güvenilirlik boyutuna ait 0,461, heveslilik boyutuna ait 0,792 ve güven boyutuna ait 0,177 olarak bulunması nedeniyle bu değişiklik istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olarak yorumlanmamaktadır. Buna karşılık empati boyutuna ait anlamlılık değeri 0,05'den küçük olduğu için kursiyerlerin bu boyut altındaki önermelere ilişkin algılamaları ile yaşları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olduğu sonucuna varılmış, dolayısıyla  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 11.** Hizmet kalitesi boyutları açısından cinsiyetlerine göre kursiyerlerin ortalama algı skorları

		N	Ortalama
Fiziksel Öz	Erkek	70	3,7321
	Bayan	80	3,5906
	Toplam	150	3,6567
Güvenilirlik	Erkek	70	4,0145
	Bayan	80	4,0103
	Toplam	150	4,0122
Heveslilik	Erkek	70	4,1000
	Bayan	80	4,0750
	Toplam	150	4,0867
Güven	Erkek	70	4,2464
	Bayan	80	4,1344
	Toplam	150	4,1867
Empati	Erkek	70	4,1286
	Bayan	80	4,0825
	Toplam	150	4,1040

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamalarının cinsiyet açısından değişip değişmediğini test etmek için aşağıdaki hipotez yardımıyla veriler üzerinde t-testi uygulanmıştır.

$H_2 =$  Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları cinsiyetlerine bağlı olarak farklılık gösterir.

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin, cinsiyetlerine göre hizmet kalitesi algılamaları Tablo 11'deki aritmetik ortalama değerlerine göre incelendiğinde boyutlara ait tüm önermeler açısından erkek kursiyerlerin algı değerlerinin bayan kursiyerlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 12.** T-testi sonuçları

		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Fiziksel Öz.	Varyansların eşitliği varsayımı	,420	,518	1,659	148	,099
	Varyansların eşitsizliği varsayımı			1,672	147,920	,097
Güvenilirlik	Varyansların eşitliği varsayımı	,092	,762	,048	145	,961
	Varyansların eşitsizliği varsayımı			,049	144,692	,961
Heveslilik	Varyansların eşitliği varsayımı	2,896	,091	,273	148	,786
	Varyansların eşitsizliği varsayımı			,276	147,742	,783
Güven	Varyansların eşitliği varsayımı	1,025	,313	1,594	148	,113
	Varyansların eşitsizliği varsayımı			1,609	147,988	,110
Empati	Varyansların eşitliği varsayımı	1,796	,182	,533	148	,595
	Varyansların eşitsizliği varsayımı			,540	147,468	,590

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamalarının, cinsiyetlerine bağlı olarak değişip değişmediğini kontrol etmek için yapılan varyans analizinde ortalama algı skorlarının kursiyerlerin cinsiyetlerine göre değiştiği görülmüştür. Ancak boyutlara ait varyans analizi anlamlılık değerlerine bakıldığında tüm değerlerin 0,05'den büyük olduğu görülmüş ve kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamaları ile cinsiyetleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olmadığı sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 13.** Hizmet kalitesi boyutları açısından eğitim düzeyine göre kursiyerlerin ortalama algı skorları

		N	Ortalama
Fiziksel Öz.	İlkokul	12	3,3958
	Ortaokul	30	3,7167
	Lise	43	3,6686
	Önlisans	24	3,4479
	Üniversite	35	<b>3,8286</b>
	Lisansüstü	6	3,6250
	Total	150	3,6567
Güvenilirlik	İlkokul	12	3,7167
	Ortaokul	30	3,9400
	Lise	43	4,0537
	Önlisans	24	4,1043
	Üniversite	35	4,0457
	Lisansüstü	6	<b>4,1333</b>
	Total	150	4,0122
Heveslilik	İlkokul	12	3,9167
	Ortaokul	30	<b>4,2000</b>
	Lise	43	4,1395
	Önlisans	24	4,0417
	Üniversite	35	4,0000
	Lisansüstü	6	4,1667
	Total	150	4,0867
Güven	İlkokul	12	4,2708
	Ortaokul	30	4,1750
	Lise	43	<b>4,3256</b>
	Önlisans	24	4,0938
	Üniversite	35	4,0857
	Lisansüstü	6	4,0417
	Total	150	4,1867
Empati	İlkokul	12	<b>4,2500</b>
	Ortaokul	30	4,1800
	Lise	43	4,3442
	Önlisans	24	3,9000
	Üniversite	35	3,8914
	Lisansüstü	6	3,7667
	Total	150	4,1040

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılarının eğitim düzeylerine bağlı olarak değişimi aşağıdaki hipotez

yardımıyla veriler üzerinde tek yönlü varyans analizi ( one way anova) yöntemi kullanılarak test edilmiştir.

$H_3 =$  Kursiyerlerin boyutlara ait önermelere ilişkin algıları eğitim düzeylerine bağlı olarak farklılık gösterir.

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin, eğitim düzeylerine göre hizmet kalitesi algılamaları Tablo 13'teki aritmetik ortalama değerlerine göre incelendiğinde fiziksel özellikler boyutu altında yer alan önermeler açısından eğitim düzeyi üniversite olan kursiyerlerin, güvenilirlik boyutu altında yer alan önermeler açısından eğitim düzeyi lisansüstü olan kursiyerlerin, heveslilik boyutu altında yer alan önermeler açısından eğitim düzeyi ortaokul olan kursiyerlerin, güven boyutu altında yer alan önermeler açısından eğitim düzeyi lise olan kursiyerlerin ve empati boyutu altında yer alan önermeler açısından ise eğitim düzeyi ilkokul olan kursiyerlerin algı değerlerinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 14.** ANOVA tablosu (eğitim düzeyi )

Hizmet Kalitesi Boyutları	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F değeri	Anlamlılık Düzeyi	
Fiziksel Öz.	Gruplar Arası	3,017	5	,603	2,291	,049
	Gruplar İçi	37,927	144	,263		
	Toplam	40,943	149			
Güvenilirlik	Gruplar Arası	1,598	5	,320	1,151	,336
	Gruplar İçi	39,140	141	,278		
	Toplam	40,738	146			
Heveslilik	Gruplar Arası	1,202	5	,240	,764	,577
	Gruplar İçi	45,296	144	,315		
	Toplam	46,498	149			
Güven	Gruplar Arası	1,609	5	,322	1,771	,122
	Gruplar İçi	26,164	144	,182		
	Toplam	27,773	149			
Empati	Gruplar Arası	6,173	5	1,235	5,044	,000
	Gruplar İçi	35,245	144	,245		
	Toplam	41,418	149			

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamalarının, eğitim düzeylerine bağlı olarak değişip değişmediğini kontrol etmek için yapılan varyans analizinde ortalama algı skorlarının kursiyerlerin eğitim düzeyine göre değiştiği görülmüştür. Ancak, varyans analizi anlamlılık değerlerinin güvenilirlik boyutuna ait 0,336, heveslilik boyutuna ait 0,577 ve güven boyutuna ait 0,122 olarak bulunması nedeniyle bu değişiklik istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olarak yorumlanmamaktadır. Buna karşılık fiziksel özellikler ve empati boyutuna ait anlamlılık değerleri 0,05'den küçük olduğu için kursiyerlerin bu boyutlar altındaki önermelere ilişkin algılamaları ile eğitim düzeyleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olduğu sonucuna varılmış, dolayısıyla  $H_3$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 15.** Hizmet kalitesi boyutları açısından eğitim kurumuna göre kursiyerlerin ortalama algı skorları

		N	Ortalama
Fiziksel Öz.	Çağdaş Bilimler	50	3,4850
	Dilko	50	<b>3,7900</b>
	Eber	50	3,6950
	Toplam	150	3,6567
Güvenilirlik	Çağdaş Bilimler	50	3,8542
	Dilko	50	4,0694
	Eber	50	<b>4,1080</b>
	Toplam	150	4,0122
Heveslilik	Çağdaş Bilimler	50	3,9200
	Dilko	50	4,0950
	Eber	50	<b>4,2450</b>
	Toplam	150	4,0867
Güven	Çağdaş Bilimler	50	4,1500
	Dilko	50	4,1850
	Eber	50	<b>4,2250</b>
	Toplam	150	4,1867
Empati	Çağdaş Bilimler	50	<b>4,1920</b>
	Dilko	50	3,9400
	Eber	50	4,1800
	Toplam	150	4,1040

Kursiyerlerin boyutlara ait önermelere ilişkin algılamalarının öğrenim gördükleri eğitim kurumuna bağlı olarak değişimi aşağıdaki hipotez

yardımıyla veriler üzerinde tek yönlü varyans analizi ( one way anova) yöntemi kullanılarak test edilmiştir.

$H_4 =$  Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algıları öğrenim gördükleri eğitim kurumuna bağlı olarak farklılık gösterir.

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin, öğrenim gördükleri eğitim kurumuna göre hizmet kalitesi algılamaları Tablo 15'teki aritmetik ortalama değerlerine göre incelendiğinde fiziksel özellikler boyutu altında yer alan önermeler açısından Dilko yabancı dil kurumunda öğrenim gören kursiyerlerin, güvenilirlik, heveslilik ve güven boyutu altında yer alan önermeler açısından Eber yabancı dil kurumunda öğrenim gören kursiyerlerin ve empati boyutu altında yer alan önermeler açısından ise Çağdaş Bilimler yabancı dil kurumunda öğrenim gören kursiyerlerin algı değerlerinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 16.** ANOVA tablosu (eğitim kurumu )

Hizmet Kalitesi Boyutları		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F değeri	Anlamlılık Değerleri
Fiziksel Öz.	Gruplar Arası	2,436	2	1,218	4,649	,011*
	Gruplar İçi	38,508	147	,262		
	Toplam	40,943	149			
Güvenilirlik	Gruplar Arası	1,818	2	,909	3,363	,037*
	Gruplar İçi	38,920	144	,270		
	Toplam	40,738	146			
Heveslilik	Gruplar Arası	2,646	2	1,323	4,435	,013*
	Gruplar İçi	43,852	147	,298		
	Toplam	46,498	149			
Güven	Gruplar Arası	,141	2	,070	,375	,688
	Gruplar İçi	27,633	147	,188		
	Toplam	27,773	149			
Empati	Gruplar Arası	2,021	2	1,010	3,770	,025*
	Gruplar İçi	39,397	147	,268		
	Toplam	41,418	149			

Kursiyerlerin hizmet kalitesi boyutlarına ait önermelere ilişkin algılamalarının, öğrenim gördükleri eğitim kurumuna bağlı olarak değişip değişmediğini kontrol etmek için yapılan varyans analizinde ortalama algı skorlarının kursiyerlerin eğitim kurumuna göre değiştiği görülmüştür. Ancak, güven boyutuna ait varyans analizi anlamlılık değerinin 0,688 olarak bulunması nedeniyle bu değişiklik istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olarak yorumlanmamaktadır. Buna karşılık fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik ve empati boyutlarına ait anlamlılık değerleri 0.05'den küçük olduğu için kursiyerlerin bu boyutlar altındaki önermelere ilişkin algılamaları ile öğrenim gördükleri eğitim kurumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir değişiklik olduğu sonucuna varılmış, dolayısıyla  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir.

## 7.SONUÇ

Yabancı dil eğitim kurumlarında verilen hizmetin kalitesini ölçmek amacıyla yapılan çalışma tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Farklı üç yabancı dil eğitim kurumunda öğrenim gören 150 kursiyer çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma verilerinin toplanmasında SERVQUAL hizmet kalitesi anketinden faydalanılmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda *hizmet kalitesi boyutlarının önem derecelerine* ilişkin sonuçlar şu şekilde gerçekleşmiştir:

Genel olarak ele alındığında en önemli boyut heves olarak ortaya çıkmıştır. Buradan çıkarılabilecek en önemli sonuç, kursiyerlerin hizmeti değerlendirmedeki birinci faktörün heves olduğudur. Kursiyerler aldıkları eğitim süresince personel ve eğitimcilerden kendilerine karşı her zaman bekledikleri eğitimi vermelerini, ilgili ve yardım etmek için istekli olmalarını beklemektedir. En önemsiz boyut ise eşit oranla fiziksel özellikler ve güven olarak bulunmuştur. Buradan da yabancı dil eğitiminin verildiği ortamın modern görünümlü bir donanımına sahip olması, personel ve eğitimcilerin kursiyerlere sürekli kibar davranmaları ve onlar hakkında her türlü bilgiye sahip olmalarının kursiyerler tarafından önemsenmediği sonucuna varılabilir. Özetle kursiyer için önemli olan, öğrenim gördükleri ortamın görünüşü ve personel ve eğitimcilerin kendilerine davranışlarından çok bekledikleri eğitimi onlara en iyi şekilde sunabilmeleridir.

Ölçüm aracındaki 22 ifade, faktör analizi tablosunda beş faktör altında toplanmıştır. Elde edilen boyutlar çalışmanın bağımsız değişkenlerini

oluşturmaktadır. Bu boyutlar hizmet kalitesine ait fiziksel özellikler, güvenilirlik, heves, güven ve empatidir.

Kursiyerlerin öğrenim gördükleri kurumlara ilişkin hizmet kalitesi algılamalarına ait toplam değişimin % 28,567'sini 1. faktör olan *Fiziksel Özellikler*, % 10,05'ini 2. faktör olan *Güvenilirlik*, % 8,053'ünü 3. faktör olan *Heveslilik*, % 5,768'ini 4. faktör olan *Güven* ve % 5,371'ini ise 5. faktör olan *Empati* içerir. Ayrıca beş faktörün toplamı, toplam değişimin % 57,784'ünü içermektedir. Sonuç olarak, gerçekleştirilen uygulamada model geçerli (5 faktörlü yapı uygun) ve sonuçlar tutarlı yani güvenilir bulunmuştur.

Boyutlar bazında incelendiğinde kursiyerlerin ortalama algı puanları, fiziksel özellikler boyutuna ilişkin 3,65, güvenilirlik boyutuna ilişkin 4,01, heveslilik boyutuna ilişkin 4,08, güven boyutuna ilişkin 4,18 ve empati boyutuna ilişkin 4,10'dur. Ölçekten alınabilecek maksimum puanın 5 olduğu ve 4 seçeneğinin "Katılıyorum" ifadesine karşılık geldiği göz önüne alındığında kursiyerlerin yabancı dil kurumlarına algılarının olumlu düzeyde olduğu söylenebilir.

SERVQUAL ölçeğinin, günümüz hizmet işletmelerinin algılanan hizmet kalitesi düzeylerini belirlemede bir standart olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Öte yandan hizmet kalitesini ölçmek yeterli değildir. Hizmet kalitesini iyileştirmek de gerekmektedir. Yabancı dil eğitim kurumları katılımcıların beklentilerini karşılamaya yönelik olarak hizmet kalitelerini iyileştirmek için çeşitli çalışmalar yapmalıdırlar. Kalite ölçümü, iyileştirme çalışmalarına baz oluşturmalıdır.

Eğitim kurumlarında hizmet kalitesini ölçmede daha genel sonuçlara ulaşmak için daha büyük örneklem grubuyla çalışmalar yapılabilir. Uyarlanmış SERVQUAL anketi, karşılaşılabilecek problemlerin tespiti için, belirlenmiş örneklemin hepsine uygulanmadan önce pilot bir uygulama seçilerek bir ön test ile denenebilir. Bu, zaman ve maliyet avantajının yanı sıra anketin belirlenmiş amaca ulaşmada olumsuz etkilerden arındırılmasını sağlar.

Yabancı dil kurumları yöntemi uygulamayı düzenli aralıklarla tekrarlayıp belli niteliklerin boşluk skorlarını takip ederek gelişmeleri izleyebilir. Yapılan araştırma devamlı ölçüm gerektiren bir uygulamadır. Ayrıca yabancı dil kurumlarının rakip kurumların SERVQUAL puanlarına göre rekabet politikasına yön vermeleri de mümkündür. Günümüz rekabetçi ortamında hizmet kalitesine yönelik algıların bu şekilde ölçülmesi ve rakip

kurumlar göz önüne alınarak değerlendirilmesi önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

Ülkemizde yabancı dil eğitim kurumları çok acil olarak hizmet kalitelerini ölçmeye başlamalı ve verdikleri hizmetleri öğrenci gözüyle değerlendirmelidir. Unutulmamalıdır ki “Kaliteyi sadece müşteriler değerlendirir.”

### KAYNAKÇA

Avcı Umut-Ali Sayılır, “Hizmet Kalitesi Çerçevesinde Çalışanların Rolüne Ve Yeterliliklerine İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme” , *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, 2006, s.123.

Bridge, Berna, *Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları*, 1.Baskı, Beyaz Yayınları, İstanbul 2003, s.6.

Bütün, Hale, “Hizmet İşletmelerinde Kalitenin Önemi Ve Servqual Tekniği ” , *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:1, 2000, ss. 65-66

Cerit, Muhammet Mustafa, “*Servqual Yöntemiyle Web Tabanlı Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi*”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, ss. 20 – 21.

Ciddi, Kerem, *Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Servqual Yönetimi İle Bir Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü), 2004 s. 28.

Çelebi, Mustafa Durmuş, “Türkiye’de Anadili Eğitimi Ve Yabancı Dil Öğretimi” , *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 21, Yıl: 2006/ 2, ss. 286 – 287.

Devebakan Nevzat-Mehmet Aksaraylı, “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual skorlarının Kullanımı Ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt. 5, Sayı:1, Ocak – Mart, 2003, s.39.

Eğitimde Tarihi Geçmiş Reformlar, [http://www.psikolojikdanisma.net/egitimdetarihi\\_gecmis\\_reformlar.htm](http://www.psikolojikdanisma.net/egitimdetarihi_gecmis_reformlar.htm), 21/02/2008.

Gümüsoğlu Şevkinaz-Atilla Akbaba-İge Pınar Tavmergen-Perran Akan, *Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, 1.Baskı, Kalemdar Ofset, Ankara 2007, ss.16-18.

Gürdal, Gültekin, *Servqual Yöntemiyle Süleyman Demirel Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Hizmet Kalitesi Ölçümü*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005, ss.4-6.

Hizmet Yönetimi ve Hizmet Kalitesi, <http://enm.blogcu.com/5121871>,  
Erişim Tarihi: 14/07/2007

İslamoğlu A. Hamdi-Burcu Candan-Kenan Aydın-Şenol Hacıfendioğlu, *Hizmet Pazarlaması*, 1. Baskı, Beta Basım, İstanbul 2006, s.20.

Köksal, Hayal, *Kalite Gerçeği*, Akademi İstanbul Yayıncılık, Ocak 2003, s.22

Leonard L.Berry-A. Parasuraman-Valerie A. Zeithaml, "Improving Service Quality in America: Lessons Learned", *Academy of Management Executive*, Vol,8, No.2, 1994, p.33.

Nakip Mahir-İnci Varinli-Kenan Güllü, "Süpermarketlerde Çalışanların Ve Tüketicilerin Hizmet Kalitesi Beklentilerinin Ve Algılamalarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 20 , Sayı :2, Eylül 2006, s.374.

Özdamar, Kazım, *Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi-1*, 2. Baskı, Kaan Kitapevi, Eskişehir 1999, ss. 512-522.

Öztekin, Hamdi Anıl, *Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Sabiha Gökçen Havaalanında Servqual Uygulaması*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005, ss. 9-12.

Öztürk, Sevgi Ayşe, *Hizmet Pazarlaması*, Geliştirilmiş 7. Baskı, Ekin Yayınevi, Eskişehir 2007, ss. 4-5.

Şimşek, Muhittin, *Sorularla Toplam Kalite Yönetimi Ve Kalite Güvence Sistemleri*, 1. Baskı, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 2000, ss. 99 – 101.

Takan, Mehmet, *Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi*, Geliştirilmiş 2. Baskı, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2001, ss. 45-46.

Taşkıran Mohammad, Gülsün, *Sağlık Hizmetlerinde Kalite Yönetimi, Servqual Analiz İle Değerlendirilmesi ve Ankara Ulus Devlet Hastanesinde Uygulama*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, ss. 5-6.

Yılmaz Veysel-H.Eray Çelik-Burçin Depren, "Devlet ve Özel Sektör Bankalarındaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, sayı: 8, 2007, s. 238.