

"İŞ, GÜÇ" ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ VE İNSAN KAYNAKLARI DERGİSİ

"IS, GUC" INDUSTRIAL RELATIONS AND HUMAN RESOURCES JOURNAL

2019 Cilt/Vol: 21/Num:4 Sayfa/Page: 1-16

Editörler Kurulu / Executive Editorial Group

Aşkın Keser (Uludağ University)
K. Ahmet Sevimli (Uludağ University)
Şenol Baştürk (Uludağ University)

Editör / Editor in Chief

Şenol Baştürk (Uludağ University)

Yardımcı Editör / Managing Editor

Ulviye Tüfekçi Yaman

Yayın Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Erdem Cam (Ankara University)
Doç. Dr. Zerrin Fırat (Uludağ University)
Prof. Dr. Aşkın Keser (Uludağ University)
Prof. Dr. Ahmet Selamoğlu (Kocaeli University)
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Sevimli (Uludağ University)
Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal (İstanbul Ayvansaray University)
Doç. Dr. Gözde Yılmaz (Marmara University)
Dr. Öğr. Üyesi Memet Zencirkıran (Uludağ University)
Assoc. Prof. Dr. Glenn Dawes (James Cook University-Avustralya)

Uluslararası Danışma Kurulu / International Advisory Board

Prof. Dr. Ronald Burke (York University-Kanada)
Prof. Dr. Jan Dul (Erasmus University-Hollanda)
Prof. Dr. Alev Efendioğlu (University of San Francisco-ABD)
Prof. Dr. Adrian Furnham (University College London-İngiltere)
Prof. Dr. Alan Geare (University of Otago- Yeni Zelanda)
Prof. Dr. Ricky Griffin (TAMU-Texas A&M University-ABD)
Assoc. Prof. Dr. Diana Lipinskiene (Kaunos University-Litvanya)
Prof. Dr. George Manning (Northern Kentucky University-ABD)
Prof. Dr. William (L.) Murray (University of San Francisco-ABD)
Prof. Dr. Mustafa Özbilgin (Brunel University-UK)
Assoc. Prof. Owen Stanley (James Cook University-Avustralya)
Prof. Dr. Işık Urla Zeytinoglu (McMaster University-Kanada)

Ulusal Danışma Kurulu / National Advisory Board

Prof. Dr. Yusuf Alper (Uludağ University)
Prof. Dr. Veysel Bozkurt (İstanbul University)
Prof. Dr. Toker Dereli (Işık University)
Prof. Dr. Nihat Erdoğan (İstanbul Şehir University)
Prof. Dr. Ahmet Makal (Ankara University)
Prof. Dr. Ahmet Selamoğlu (Kocaeli University)
Prof. Dr. Nadir Suğur (Anadolu University)
Prof. Dr. Nursel Telman (Maltepe University)
Prof. Dr. Cavide Uyargil (İstanbul University)
Prof. Dr. Engin Yıldırım (Anayasa Mahkemesi)
Prof. Dr. Arzu Wasti (Sabancı University)

İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, yılda dört kez yayınlanan hakemli, bilimsel elektronik dergidir. Çalışma hayatına ilişkin makalelere yer verilen derginin temel amacı, belirlenen alanda akademik gelişime ve paylaşma katkıda bulunmaktadır. "İş, Güç," Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, "Türkçe" ve "İngilizce" olarak iki dilde makale yayınlanmaktadır.

"Is, Güc" The Journal of Industrial Relations and Human Resources is peer-reviewed, quarterly and electronic open sources journal. "Is, Güc" covers all aspects of working life and aims sharing new developments in industrial relations and human resources also adding values on related disciplines. "Is, Güc" The Journal of Industrial Relations and Human Resources is published Turkish or English language.

TARANDIĞIMIZ INDEXLER



Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir.
Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.
The published contents in the articles cannot be used without being cited

“İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi - © 2000-2019

“Is, Guc” The Journal of Industrial Relations and Human Resources - © 2000-2019

İÇİNDEKİLER

Yıl: 2019 / Cilt: 21 Sayı: 4

SIRA	MAKALE BAŞLIĞI	SAYFA NUMARALARI
1	Dr. Öğr. Üyesi Ali KUZU, Dr. Öğr. Üyesi Güner ÇÖL “Sivil Toplum Kuruluşlarının Performans Ölçüm Aracı Olarak Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi”	5
2	Doç. Dr. Serkan KILIÇ, Mine SATI “Genç Tüketicilerin Lüks Giyim Marka Tercihleri ve Satın Alma Niyetleri”	21
3	Dr. Sinan ACAR, Prof. Dr. Nadir SUĞUR “Sağlıkta Dönüşüm Programının Kamu İstihdam Süreçlerine Etkileri Üzerine Bir Alan Araştırması”	51
4	Dr. Öğr. Üyesi Ramazan KAYABAŞI “Çalışanların Yan Dal Mesleklerden Kaynaklı Risklere Maruziyet Analizi”	75
5	Arş. Gör. Sera YILDIRIM “Üniversite Çalışanlarında İş-Aile Çatışması: İşkoliklik ve Tükenmişlik Faktörlerinin Açıklayıcı Rolü”	95
6	Dr. Öğr. Esin Cumhuri YALÇIN, vd. “Türkiye’de Bölgelere Göre Cinsiyete Dayalı Ücret Ayrımcılığı”	119
7	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Kuzu, Dr. Öğr. Üyesi Şule Ergöl “Üniversite Öğrencilerinin İş Yaşamına İlişkin Kaygı Düzeyleri Ve Etkileyen Faktörler”	135

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ PERFORMANS ÖLÇÜM ARACI OLARAK HİZMET KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF SERVICE QUALITY AS A PERFORMANCE MEASUREMENT TOOL OF NONGOVERNMENTAL ORGANISATIONS

Ali KUZU¹

Güner ÇÖL²

ÖZET

En yaygın olarak kullanılan tanımlarda sivil toplum kuruluşları (STK), kar amacı gütmeyen sivil girişimler ve birlikler olarak değerlendirilmektedir. Başlıca özellikleri bağımsız olmaları ve sosyal, kültürel, çevre ve diğer toplumsal sorunlarla ilgili hedeflerinin olmasıdır. Diğer yandan, bir işletmenin ya da genel anlamda herhangi bir kuruluşun performans ölçümü, belirlenen stratejik amaçlara ulaşıp ulaşılmadığının kontrol edilmesi anlamını taşır. STK'ların performansı ölçülürken kuruluşun verimliliği ve kaynakları etkin kullanımı yanında, sunulan hizmetlerin etkililiğinin değerlendirilebilmesi amacıyla hizmet kalitesini ve hizmetleri kullananların memnuniyetini ölçmek ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, söz konusu kuruluşların hizmet kalitesini ölçmede kullanılacak bir yöntem olarak "Servqual" ölçeği değerlendirilmekte ve servqual ölçeği kullanılarak çeşitli STK'lara yönelik yapılan araştırmalar ve bunların sonuçları sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: STK, hizmet kalitesi, servqual

1 Dr. Öğr. Üyesi; İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler MYO, İstanbul/Türkiye e-mail: alikuzu@istanbul.edu.tr

2 Dr. Öğr. Üyesi; İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler MYO, İstanbul/Türkiye

ABSTRACT

The "non-governmental organizations (NGO)" are generally defined as private, voluntary and non-profit organizations. Besides their independency, main specifications of them are that, they have special purposes about social, cultural, environmental and other social issues. The performance of a company or an institution in general, is related with the ratio of its achievement to its strategic goals and purposes. While measuring the performance of an NGO, not only the productivity and the efficient usage of resources, but also the effectiveness of the performed services is required to be evaluated. For this purpose, we need to measure the service quality and the satisfaction of the service users (customers). This study evaluates the service quality measurement scale "servqual", as a tool to measure the performance quality of non-governmental organizations and presents some researches which applied servqual scale in various NGOs.

Keywords: NGOs, service quality, servqual

1. GİRİŞ

Sivil toplum kuruluşları (STK) en genel anlamıyla, devlet veya hükümet tarafından kurulmayan ve bunların bir parçası olmayan, kar amacı gütmeyen sivil inisiyatifler, birlikler olarak tanımlanmaktadır. STK'lar Türk Dil Kurumu sözlüğünde “Toplumdaki çeşitli sorunları bağımsız olarak ele alıp kamuoyunu bilgilendirme ve aydınlatma görevi yapan, öneriler sunan her türlü birlik” olarak tanımlanmaktadır. Tipik olarak hükümetten bağımsız, sosyal, kültürel, çevre ve diğer toplumsal sorunlarla ilgili hedefleri olan birlikteliklerdir. Yaman’a göre sivil toplum kuruluşları, toplumun içinden ve toplumun kendisine ve/veya ilgili kuruluşun üyelerine yönelik çeşitli hizmetleri üreten kuruluşlar olarak ele alınabilir (Yaman, 2003). TÜSEV’in “Türkiye’de sivil toplum” raporunda (Tüsev, 2006) ise STK’lar, “Özel, kar amacı gütmeyen, üye yararından çok kamu yararına çalışan, genellikle vakıflar ve dernekler şeklinde kurulan vatandaş örgütleri, düşünce kuruluşları ve kültürel gruplar” şeklinde tanımlanmıştır.

Uluslararası literatürde sivil toplum kuruluşları “kâr amacı gütmeyen kurumlar (non-profit organizations)” ya da “hükümet dışı kuruluşlar (NGO –non governmental organizations)” olarak tanımlanmakta iken son yıllarda “hükümet dışı” kavramının çok genel olması sebebiyle “private voluntary organization (özel gönüllü kuruluşlar)” ifadesi de sıkça kullanılmaktadır. Gelişmiş ülkeleri takiben Türkiye’de de bir güç odağı haline gelmeye çalışan sivil toplum kuruluşları yasama, yürütme, yargı ve medyadan sonra 5. Güç olarak, ayrıca kamu ve özel kesimden sonra da 3. sektör olarak da tarif edilmektedir (Yılmaz ve Kaya, 2014). İçduygu vd., (2011:61)’e göre ülkemizde mevzuatta STK’larla ilgili hukuki bir tanım olmamakla birlikte “kar amacı gütmeyen/gönüllü kuruluşlar” tanımı ile öncelikli olarak vakıf ve dernekler akla gelmektedir. Türkiye’de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası Raporunda Türkiye’de kayıtlı dernek ve vakıfların toplam sayısı 90 binin üzerindedir (İçduygu vd., 2011). Ocak 2016’da ise bu rakam 114 bine yaklaşmıştı (www.aljazeera.com.tr). ABD’de çoğunluğu son 30 yılda kurulan 2 milyon civarında STK olduğu belirtilmekte; Rusya’da 65 bin olmakla beraber her gün onlarca daha kurulmakta; Sadece Kenya’da bile her yıl 240 yeni STK ortaya çıkmaktadır. 2014 yılı rakamlarına göre uluslararası faaliyet gösteren sivil toplum organizasyonlarının sayısı 60272’dir (<https://uia.org>).

Hükümetten veya diğer birtakım ulusal/uluslararası kurumlardan teşvik/yardım alsalar da sivil toplum kuruluşları, finansal kaynaklarının en azından bir bölümünü özel kaynaklardan, bağışlardan ve gönüllü katılımlardan sağlamalıdır.

Sivil toplum kavramı içine girebilen yapılanma biçimleri çok çeşitli olabilmektedir. Sivil toplum kuruluşları, sağlıktan siyasete, eğitim ve kültürden çevreye kadar birçok alanda faaliyet göstermektedir. Dernekler, vakıflar, gayri resmi ilgi grupları, ticari birlikler, dini dernekler, profesyonel oluşumlar ve meslek birlikleri, hayvan sever toplulukları, çevreci topluluklar, koruma dernekleri, sanat toplulukları, yardım kuruluşları, hemşehri dernekleri veya başka bir biçimdeki yapılanmaların hepsi sivil toplum kavramı içinde değerlendirilebilir (Coşkun, 2006). Sivil toplum kuruluşlarının amacı topluma yarar sağlamak, bu amaca yönelik hizmetler sunmak ve sosyal değer oluşturmaktır. STK'lara makro olarak bakıldığında siyasal erki etkileme, sürdürülebilir kalkınmayı destekleme, çevreyi koruma misyonları çerçevesinde işlev gördükleri belirtilebilir. Mikro açıdan ise, faaliyet alanlarına yönelik (sağlık, eğitim, insan hakları, yardım, kültür ve sanat, spor, rehberlik) gibi alanlarda faaliyetler gerçekleştirerek üyelerine ve yakın çevresine faydalı olmayı amaçlarlar (Özmutaf vd, 2009). Ayrıca STK'lar da özel işletmeler gibi, verimlilik, etkililik, kaynakları güçlendirme, yenilik yapma, çalışma kalitesini geliştirme ve pazar payını arttırma gibi stratejik amaçlara sahiptir (Dinçer, 2004). Bu amaçlar kapsamında katılımcı demokrasi-nin teşvik edilmesi ve yönetişimin güçlendirilmesiyle birlikte hizmetlerin kalitesinin, dağılımının, erişiminin ve etkinliğinin iyileştirilmesi için destekleyici bir yasal çerçeve de gerekli olmakla birlikte tek başına yeterli değildir. STK'ların yönetimi, dürüst, şeffaf, güvenilir, sorumluluk sahibi ve hesap verebilir olmalıdır. Sivil toplum kuruluşlarının hizmet kalitesini arttırarak ve demokratik süreçlere katılımlarını sağlayarak, şeffaflık ve hesap verebilirlikleri sağlanmalıdır.

2. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE PERFORMANS ÖLÇÜMÜ

STK yönetiminin belirli zamanlarda yapılan faaliyetlerin ve kuruluşun tamamının performansını ölçmesi gerekmektedir. Performans ölçümü, belirlenen stratejik amaçlara ulaşıp ulaşılmadığının kontrol edilmesi ile olur. Performans ölçümü performans hedeflerinin belirlenmesi, belirlenen hedefler ile ulaşılan performansın karşılaştırılması, ölçülen performans ile hedefler arasındaki farkların hesaplanması ve bu farkların ortadan kaldırılması için harekete geçilmesi süreçlerini kapsayan bir çalışmadır (Coşkun, 2006). Ancak sivil toplum kuruluşlarının, kar amacı güden işletmelerden farklılık gösteren özellikleri sebebiyle performans ölçümü ve yönetimi bu doğrultuda yapılmalıdır. STK'ların performansı ölçülürken, kuruluşun verimliliği, etkinliği ve etkililiği ölçülebilir (Büyükkılıç, 2004). *Verimlilik*, kaynaklarının ne ölçüde etkin ve etkili kullanıldığını ölçmektir. Verimliliğin artması için, aynı miktarda çıktıya daha az girdi ile ulaşmak veya aynı girdiyi kullanarak daha fazla çıktı elde etmek gerekir. *Etkinlik*, hizmet üretimi için gerekli olan girdilerin (kaynakların) ne denli etkin kullanıldığının ölçülmesidir. Etkinlik, fiilî değer ile tüketilmesi beklenen standart değer karşılaştırılarak bulunur. *Etkililik* ise amaçlarla yani çıktılarla ilgili bir kavramdır; Ulaşılan sonuçların, belirlenmiş amaçlara ne oranda uygun olduğunun belirlenmesidir.

STK'larda performans ölçümünün önemli bir diğer unsuru da sunulan hizmet kalitesini ve hizmetleri kullananların memnuniyetini ölçmektir (Torlak, 2001). STK'lar da özel işletmeler gibi, sunduğu hizmetleri, hizmet alanlar, bağış yapanlar ve gönüllülerden oluşan bir müşteri grubuna pazarlamaktadır. Bu nedenle müşterilerin ihtiyaçlarını tam olarak anlamalı ve bu doğrultuda iyileştirici faaliyetler

yürütmelidir. Bu da hizmet kalitesi ölçümünü gerekli kılmaktadır. Hizmetin amacından çok, nasıl sunulduğu ve müşterinin ihtiyaçlarını ne ölçüde karşıladığıyla ilgilenilmesi dolayısıyla, özel hizmet işletmeleri üzerinde yapılan hizmet kalitesi ölçümü çalışmaları, STK'lar gibi kar amacı gütmeyen kuruluşlar için de uygulanabilmektedir.

2.1. Hizmet Süreçleri:

Hizmet sunum sürecinde, hizmeti sunan ile müşteri karşılıklı iletişim ve etkileşim içindedir. Kurumsal yapı yanı sıra, hizmeti verenin becerileri ve hizmeti destekleyici süreçlerin bulunması gereklidir. Bu süreçler,

- Hizmet sunacak nitelikli personel seçimi, eğitimi ve uygun çalışma ortamı;
- Tatmin olmuş ve verimli çalışan personel;
- Etkili ve verimli hizmet sunumu;
- Tatmin olmuş ve işletmeye bağlı müşteriler;
- Hizmet sunumundan kâr etme ve sektörel büyümedir.

Bu süreçler sonucunda, beğenilen hizmet sunumu ile işletmenin başarısı arasındaki ilişkiler zinciri oluşmaktadır (Armstrong ve Kotler, 2000).

3. HİZMET KALİTESİ

Hizmet kalitesi: bir süreç içerisinde gerçekleşmesi ve performans yoğun bir sunum olmasından dolayı tanımlanması konusunda tam bir uzlaşma sağlanmış olmamakla birlikte genel kabul gören yaklaşımlar kapsamında, "hizmet alan tarafın nasıl daha iyi memnun/tatmin edilebileceği konusundaki çalışma alanı; müşterilerin beklentilerini karşılayan ve aşan hizmet sunumu" (www.marketingpower.com); "genel olarak tüketici beklentilerine uygunluk" (Tavmergen, 2002); "sunulan hizmetin müşteri beklentisini karşılama düzeyi" (Altman, ve Marily, 1995); "spesifikasyonlara uygunluk" (Crosby, 1999) ve "müşteri beklentilerini karşılayabilme, ihtiyaç ve gereksinimleri giderebilme derecesi" (Edvardson, 1998) olarak tanımlanırken, Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) ise "beklenen hizmet ve algılanan hizmet performansının karşılaştırılması ve hizmetin üstünlüğüne dair olarak genel bir değerlendirme" şeklinde ifade etmişlerdir. Görüldüğü gibi hizmet kalitesi ile ilgili tanımların hemen hepsinde müşteri(hizmeti alan kişi)nin algısı ve tatmin olma seviyesi öne çıkmaktadır. Dolayısıyla hizmet kalitesi; müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesi olarak tanımlanmakta; beklentilerinde oluşan hizmet ile aldıkları hizmetin kıyaslanmasıyla ortaya çıkmakta, dolayısıyla hizmet işletmelerinde hizmet kalitesini müşterilerin belirlediği görülmektedir.

Hizmet işletmelerinde hizmet kalitesi, bir imalat süreci ve ortamında oluşturulup, eksiksiz olarak müşteriye ulaştırılamamaktadır. Çünkü uygulanması ve denetimi açısından hizmetler; soyutluk, ayrılmazlık, değişkenlik, dayanıksızlık gibi özelliklerinden dolayı sunumdan önce sayılamaz, ölçülemez, stoklanamaz, test edilemez ve doğrulanamazlar; dolayısıyla belirsiz ve karmaşık yapıdadırlar. Birçok hizmetin sunulması sürecinde kalite, genellikle de müşteri ve hizmet personelinin etkileşimi esnasında oluşur.

3.1. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi

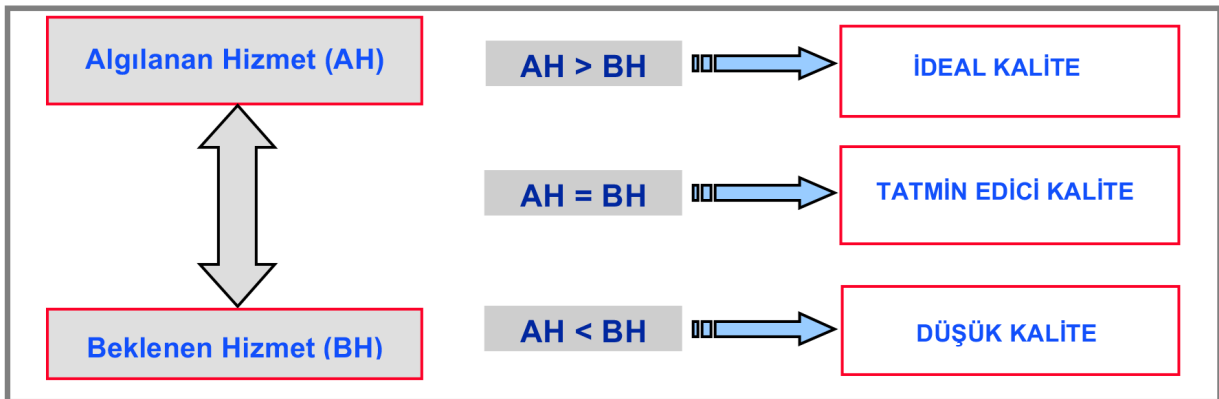
Hizmetlerde kalitenin geliştirilmesi, işletmeler için olduğu kadar bireysel ve toplumsal açılardan hatta ülkelerin uluslararası alanlarda rekabet gücünü artırarak devletler açısından da yarar sağlamaktadır. Ekonomilerin gelişmişlik düzeyleri açısından incelendiğinde de güçlü ve gelişmiş ekonomilerde hizmet sektörünün ağırlığının artmakta olduğu görülmektedir. Pek çok gelişmiş ülkede hizmetler sektörünün Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla (GSYİH) içindeki payı yüzde 75'in üzerindedir. Rekabet koşullarının ağırlaştığı ve tüketici bilincinin sürekli arttığı hizmet sektöründe başarılı olmanın temelinde kaliteli hizmet sunumu yatmaktadır.

"Ölçemediğini daha iyi bir hale getiremezsin" prensibiyle hareket eden hizmet kuruluşları, kendi hizmetlerinin kalitesini ölçmeye çalışmaktadırlar. Ancak hizmet kalitesi ölçümü, hizmetin karakteristik özelliklerinden dolayı zorlu bir süreçtir. Hizmetlerin çeşitliliği ve kendilerine özgü yapıları, ölçümlerine ilişkin çalışmaları zor ve karmaşık hale getirir de, hizmet sunum sürecindeki hizmet kalitesine etki eden faktörler ve bunlar arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik yapılan araştırma ve yaklaşımlar sonucunda, hizmet kalitesini soyut olmaktan çıkartıp, ölçülebilir, anlaşılabilir ve iyileştirilebilir olmasını sağlamak amacıyla muhtelif modeller geliştirilmiştir.

Hizmet kalitesi kavramı ile ilgili yapılan birçok araştırmalardan en yaygın olarak bilinen model Leonard L. Berry, A. Parasuraman ve Valerie A. Zeithaml tarafından geliştirilmiştir. Modelin geliştirilmesi için 1983 yılında başlattıkları ve üç ana konuda odaklandıkları bir dizi çalışma yapmışlardır. Parasuraman ve arkadaşlarının modeli, hizmet kalitesi kavramına daha geniş bir perspektiften yaklaşarak öncelikle onu tanımlamaya ve onu etkileyen faktörleri bulmaya, daha sonra da onu ölçülebilir halde tasarlamaya yöneliktir (Kuzu, 2010).

Parasuraman ve arkadaşlarının hizmet kalitesi kavramına yönelik sürdürdüğü araştırmalar sonucunda hizmet kalitesinin, tüketicinin yararlandığı hizmetten, beklentilerinin karşılama düzeyine göre artmakta veya azalmakta olduğunu ortaya koymuşlardır. Algılanan hizmet kalitesinin tatmin edici olması için, sunulan hizmetin müşterilerin beklentilerini karşılama ya da aşması, ulaşılmak istenen bir durum olup; beklentilerin altında gerçekleşmesi ise düşük hizmet kalitesi olarak ifade edilmektedir.

Şekil 1: Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi (Parasuraman vd. (1985)'den uyarlanmıştır)



3.2. Servqual Ölçeği

Servqual ölçeği (SERVice: hizmet; QUALity: kalite), 1983-1990 yılları arasında Parasuraman ve arkadaşlarının önceki çalışmalarının devamı niteliğindeki araştırmalarla, hizmet sektöründe kullanılmaya elverişli standart bir ölçüm aracı arayışı sonucu geliştirilen ve bu konuda yapılan çalışmalar içerisinde konuyu ele alış tarzı, kapsamı ve geçerliliği bakımından en kapsamlı araştırmadır. Hizmet kalitesinin değerlendirilmesine yönelik yapılmış çok sayıda çalışma görülmekle birlikte, en geçerli ve genel kabul gören ölçek olarak Servqual bilinmektedir (Brown vd, 1993). Algılanan hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik olarak geliştirilen Servqual'da öncelikle müşterilerin herhangi bir hizmete ilişkin beklentileri, sonra da belirli bir hizmet işletmesinin sunduğu hizmete ilişkin algılamaları ölçülmektedir. Beklentiler ile algılamalar arasındaki fark da hizmetin kalite düzeyini göstermektedir. Dolayısıyla, Servqual ölçeği algılama ve beklenti değerleri arasındaki farka göre hizmet kalitesini ölçmekte ve değerlendirmektedir.

Servqual ölçeğinin soru formunda Hizmet Kalitesi Belirleyicisi 5 boyutla ilgili, toplam 22'şer maddeden oluşan "beklenen ve algılanan hizmete yönelik" sorularla, ölçüm 22 çift (toplam 44) cümle üzerinden yapılmaktadır. Ölçümlemede genellikle 5'li veya 7'li Likert ölçeği kullanılmaktadır.

Örnek beklenti cümlesi: Mükemmel telefon şirketleri kayıtlarını doğru olarak tutarlar.

Örnek algılama cümlesi: XYZ şirketi kayıtlarını doğru olarak tutar.

Söz konusu Hizmet Kalitesi Belirleyicisi 5 boyut kısaca aşağıdaki gibi tanımlanabilir:

1. Fiziksel/Somut Özellikler (Tangibles): Hizmet işletmesinin sahip olduğu tesisler, donanım ve teçhizat, personelin fiziksel özellikleri ve görünümü, hizmet sunumunda kullanılan tüm fiziksel donanım, hizmetin (plastik kredi kartı, banka sözleşme metni gibi) somut unsurları ve hizmet sunum ortamındaki diğer müşterileri kapsar. Bu hizmet kalitesi boyutu 4 soru ifadesi içermektedir.
2. Güvenilirlik (Reliability): İşletmenin, söz konusu hizmeti ilk seferinde ve eksiksiz olarak yerine getirmesi yanı sıra, (hatasız faturalama işlemleri, kayıtların düzenli tutulması ve belirtilen zamanlarda belirtilen hizmetlerin yerine getirilmesi gibi) verdiği sözlere sadık kalması. Bu hizmet kalitesi boyutu 5 soru ifadesi içermektedir.
3. Heveslilik (Responsiveness): Hizmet işletmesi çalışanlarının hizmeti sunmadaki istek ve arzuları ile hizmete hazır olma durumlarını ifade eder. Örnek olarak, herhangi bir konuda haber bekleyen müşteriye çok hızlı geri dönüş sağlayarak bilgilendirme veya bir hizmeti anında yerine getirebilme (randevu isteyen birinin isteğini hemen yerine getirme) gibi işlemler düşünülebilir. Bu hizmet kalitesi boyutu 4 soru ifadesi içermektedir.
4. Güven (Assurance): Hizmet işletmesi çalışanlarının gerekli bilgi, beceri ve donanıma sahip olması; dürüst, inanılır olma ve saygınlık uyandırma, müşteriye centilmence davranma, öz bakımına özen gösterme yeterlilikleri yanı sıra müşterinin hizmet sunum sürecinde işletmeye güven duyma ve kendisini güvende hissetme durumu. Bu hizmet kalitesi boyutu 4 soru ifadesi içermektedir.
5. Empati/Duyarlılık (Empathy): Hizmet işletmesi çalışanlarının müşterilere bireysel ilgi ve duyarlılık göstermesi, özenli davranması, özel hizmetler sunabilmesi; müşterinin ise hizmet sunum sürecinde işletmenin var olan tüm süreçlerine ulaşabilmesi ve rahat iletişim sağlayabilmesi. Bu hizmet kalitesi boyutu 5 soru ifadesi içermektedir.

Servqual yaklaşımında hizmet işletmelerinde hizmet kalitesi değerlendirmesi, müşterinin "beklenti-algı" ifade çiftlerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır. Müşterilerin beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesine verdikleri puanlar arasındaki fark alınarak, her soru ifadesi için bir fark puanı hesaplanır. Her bir müşteri için, her boyuta ait soru ifadelerinin fark puanları toplanır ve boyutları oluşturan ifade sayısına bölünür. Böylece her boyut için ortalama fark puanı hesaplanır. N sayıdaki müşteri için yukarıda hesaplanan her boyutun ortalama fark puanı toplanır ve müşteri sayısı olan N'e bölünür. Böylece her boyut için ortalama bir fark puanı hesaplanmış olur. Beş boyut için bu şekilde hesaplanan ortalama fark puanlarının da ortalamaları alındığında, (beş boyut için hesaplanan puanlar toplanıp 5'e bölündüğünde), "Ağırlıklandırılmamış Servqual Puanı" bulunmuş olur. Bu hesaplama, müşterilerin hizmet kalitesi boyutlarına verdikleri göreceli önemi dikkate almamaktadır.

Hizmet Kalitesi Belirleyicilerinin (Boyutlarının) önem derecelerini (ağırlıklarını) belirlemek için, istendiğinde Servqual ölçeğindeki boyutların önem derecelerini sorgulayan bir bölüm de ölçeğe ilave edilebilmektedir (Devebakan, 2001). Bu amaçla da müşterilerden 100 puanı bu 5 boyuta dağıtmaları istenmektedir. Yukarıdaki Ağırlıklandırılmamış Servqual Puanı hesaplamasının son aşamasındaki "her boyut için hesaplanan ortalama fark puanlarının da ortalamaları" alınırken aritmetik ortalama değil de, "boyutların önem derecelerini" gösteren yüzde oranlar kullanılarak ağırlıklı ortalama hesaplandığında, Ağırlıklandırılmış Servqual Puanı bulunur.

4. STK'LARIN HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNDE SERVQUAL UYGULAMALARI

Ülkemizde STK'ların "müşteri algularına dayalı hizmet kalitesi ölçümüyle" ilgili yapılmış başlıca çalışmalara bakıldığında iki araştırma göze çarpmaktadır. Yumuşak'ın 2006 yılında tamamladığı ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne bağlı olarak faaliyet gösteren Uşak Ticaret ve Sanayi Odası'nın hizmetlerinden yararlanan mükelleflere sunulan hizmetin kalitesine ilişkin algularını tespit etmeyi amaçlayan "Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması" konulu, 326 kişiyi kapsayan araştırmasında, Servqual ölçeği kullanılarak hizmet kalitesine ilişkin algı ve beklentiler ölçülmüştür. Elde edilen verilerin incelenmesi sonucunda, Servqual kalite puanlarının negatif olarak bulunduğu, yani kurumun sunduğu hizmetlerin üyelerinin beklentilerini karşılayamadığı ve en önemli hizmet kalitesi boyutunun da "empati" olarak belirlendiği bulgularına ulaşılmıştır (Yumuşak, 2006). Ulaşılan bu bulgulara dayalı olarak: Çalışanların üyelere, kendilerini özel hissetmelerini sağlamak için ellerinden geleni yapmaları gerektiği ve üyelerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için ürün yelpazesinin genişletilmesi; önerileri getirilmiştir.

Bu alandaki bir diğer araştırma da, Firuzan vd. tarafından "Ege İhracatçılar Birliklerinde Servqual ölçeği ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi" başlığıyla 2007 yılında yayınlanmış olan çalışmadır. Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), içinde 12 İhracatçı Birliğinin faaliyet gösterdiği, Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı olarak ihracatçı üyelerine hizmet veren bir meslek kuruluşudur. Bu çalışmada, Ege İhracatçı Birliklerinin üyelerinden seçilen firmalar üzerinde yapılan uygulamayla; firmaların ihtiyaç ve beklentilerinin Genel Sekreterlik tarafından ne kadar karşılandığını belirlemek amaçlanmıştır. Hazırlanan anket, 50 ihracatçı firma üzerinde uygulanmıştır. EİB üyelerinin birliğin hizmetlerinden

memnun olup olmadığı yönetim açısından oldukça önemli olup, eğer hizmet performansı beklentilerin altına düşerse, müşteriler (üyeler) bu hizmetten memnun kalmayacaklardır.

Servqual ölçeği kullanılarak Ege İhracatçı Birliklerinin sunduğu hizmetin kalite düzeyi ölçülmüş, hizmet kalitesi ve ağırlıklı hizmet kalitesi puanları hesaplanmıştır. (-1) civarında çıkan negatif kalite puanına göre Ege İhracatçı Birliklerinin, üyelerin beklentilerini karşılayamadığını söylemek mümkündür. Yani, Ege İhracatçı Birliklerinin sunduğu hizmetlere yönelik üyelerin kalite algısının düşük olduğu söylenebilir. Hizmet kalitesi ve ağırlıklı hizmet kalitesi sonuçları dikkate alındığında en düşük (en yüksek negatif) değerlerin empati ve güvenilirlik boyutlarında çıktığı görülmüştür. Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne empati ve güvenilirlik ölçütü üzerinde çalışma yapması önerilmiştir. Ege İhracatçı Birlikleri yöneticilerinin, firmaların empati ölçütü ile ilgili beklentilerini karşılayabilmesi ve dolayısıyla hizmet kalitesini arttırabilmesi için üye firmalara uygulamaları hakkında eğitim, seminer, paneller düzenlemeli, sektör bazında sorunlara eğilmeli ve problemler karşısında çözüm üretebilmelidir. Empati ölçütünden sonra en büyük negatif değeri alan güvenilirlik ölçütü ile ilgili olarak da Birlik, verdiği sözleri zamanında ve daima yerine getirebilmeli, mevzuat uygulamaları ile ilgili bir problemle karşılaşıldığında bu problemlerin çözümüyle ilgilenmeli tavsiyeleri getirilmiştir (Firuzan vd, 2007).

STK'ların hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir başka çalışma, Güney Afrika'da alkol ve uyuşturucuya karşı mücadele için kurulan "Western Cape Association" isimli sosyal hizmet vakfının faaliyetlerini incelemiştir (Van, 1996). Yapılan istatistiksel analizler neticesinde Servqual ölçeğinin bu tür bir sivil toplum örgütüne de uygulanabileceği ve güvenilir sonuçlar verdiği görülmüştür.

5. TARTIŞMA ve SONUÇ

Günümüzde, neredeyse hizmet sağlamayan hiçbir işletme yoktur ve hizmet kalitesi bütün bu işletmeler için önemli bir meseledir. Gelişen iletişim, sosyal yaşamda artan etkileşim ve artan eğitim düzeyi, müşterilerin beklentilerini yükseltmekte; Beklentileri yükselen bireyler kendilerine sunulan hizmetin, istediği kalitede, istediği zamanda ve mümkün olan en düşük maliyetle sunulmasını beklemektedir. Ayrıca hizmet işletmelerinin en önemli özelliklerinden biri olan insanlarla yüz yüze bir ilişkinin bulunması sebebiyle kendilerine hizmet sunan personelin davranış ve tutumlarını da önemsemektedir (Firuzan vd, 2007). Hizmet kalitesi; yapısı, standartları ve sunulan modelleri, hizmet pazarlaması araştırmacılarından büyük oranda ilgi görmüş, 1980'li yıllardan itibaren sistematik olarak araştırılmıştır (Kelly ve Turley, 2001). Rekabet edebilmek ve farklılaşabilmek için hizmet kalitesi temel bir unsurdur. Hizmet satanlar eğer kötü hizmet sunuyorsa, sunabilecekleri başka bir şey de yoktur. Servqual, müşterilerinin hizmet beklentilerini ve algılarını anlamada ve bu bağlamda hizmetlerini geliştirmede işletmelere güvenilir ve geçerli bir yol sunan bir "çoklu-birim" ölçeğidir. Bu araç, geniş bir hizmet spektrumunda uygulanabilir bir şekilde hazırlanmış ve farklı sektörlerdeki pek çok hizmet işletmesinde de uygulanmıştır. Literatürde Servqual ölçeğinin genel anlamda pek çok potansiyel uygulama alanına sahip olduğu görülmekte, işletmelerin kullanım gereksinimleri doğrultusunda küçük değişiklik ve adaptasyonlarla, hizmet kalitesi ölçümünde konaklama işletmelerinden seyahat ve turizm işletmelerine, bankacılık ve finans sektöründen sivil toplum örgütlerine, eğlence sektöründen eğitim, taşımacılık ve genel olarak sağlık sektörüne kadar pek çok alanda yaygın olarak kullanılmış ve kullanılmaktadır (Luk, 1997).

Sonuç olarak, hizmet organizasyonunun kendisini farklılaştırmak için kullanabileceği başlıca yollardan biri rakiplerinden daha yüksek kalitede hizmeti sürekli sunma çabasıdır. Bu noktada Servqual aracını kullanışlı kılan en önemli unsur, müşterilerin hizmet kalitesi beklentilerini esas alması ve bu beklentinin karşılanması, mümkünse aşılmasını hedef göstermesidir. Müşteri beklentileri; geçmiş deneyimler, ağızdan ağza iletişim ve hizmet organizasyonlarının reklamlarıyla şekillenir. Müşteriler, hizmet organizasyonunu bu dayanaklara göre seçerler ve hizmeti aldıktan/kullandıktan sonra algılanan hizmeti, beklenen hizmet ile karşılaştırırlar. Algılanan hizmet beklenen hizmetin altına düştüğünde, müşteriler o hizmet organizasyonuna ilgilerini kaybederler (Kotler, 2008). Dolayısıyla, ister kar amacı güden ticari işletmeler olsun, isterse böyle bir amacı olmayan sivil girişimler ve örgütlenmeler olsun, önemli bir performans göstergesi olarak, sundukları hizmetin kalite düzeyi konusunda fikir sahibi olabilmek için Servqual ölçeği kullanılabilir bir uygulama olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

- Altman, R.F. & Marilyn, M.H. (1995). Quantifying Service Quality: Case Study of Rental Car Agency. *Production and Inventory Management Journal*, 36(2), 45-54
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2000), *Marketing: An Introduction*, Upper Saddle River, Prentice Hall Publications
- Baker, David.A. & Fesenmaier, D.R. (1997). Effects of Service Climate on Managers and Employees' Rating of Visitors Service Quality Expectations. *Journal of Travel Travel Research*, 36(1), 15-23.
- Brown, T.J., Churchill, G.A. & Peter, J.P. (1993). Improving the Measurement of Service Quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 127-139
- Büyükkılıç, D. (2004), *Kâr Amacı Gütmeyen Örgütlerde Verimlilik*, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, No:680, Ankara
- Coşkun, A. (2006). STK'ların stratejik performans yönetiminde yeni bir yaklaşım: Performans karnesi, *Sivil Toplum Dergisi*, 4 (15), 103-117.
- Crosby, Philip B. (1999). *Quality and Me: Lessons from an Evolving Life*, 1st edition, Jossey-Bass Publications, San Francisco
- Devebakan, N. (2001). *Sağlık İşletmelerinde Kalite ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Diñer, Ö. (2004), *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 7. Baskı, İstanbul: Beta Basım
- Edvardsson B. (1998), Service Quality Improvement. *Managing Service Quality*, 8(2), 142-149
- Ensari, H. (2005), *21. yy. Okulları İçin Etkili Bir Stratejik Yönetim Aracı: Balanced Scorecard*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Firuzan E., Firuzan A.R. & Bakkurt A. (2007). Ege İhracatçılar Birliklerinde Servqual Ölçeği ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 137-153
- <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/turkiyede-stklar-ve-son-10-yil>
- <http://www.marketingpower.com>
- <http://tdkterim.gov.tr/bts/>
- https://uia.org/sites/uia.org/files/misc_pdfs/stats/Number_of_international_organizations_by_type_2014.pdf
- İçduygu, A. Meydanoğlu, Z. ve Sert, D.Ş. (2011). *Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) Türkiye Ülke Raporu II*, TÜSEV Yayınları, İstanbul
- Kelly S.W. ve Turley, L.W. (2001), "Consumer Perceptions on Service Quality Attributes At Sporting Event", *Journal of Business Research*, 54, s.161-166
- Kettinger, W. ve Lee, C.C. (1997). Pragmatic Perspectives on the Measurement of Information Systems Service Quality. *MIS Quarterly*, 21(2), 223-241
- Kotler, P. (2008), *Marketing Management*, 13th Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Kuzu, A. (2010). *Yaslı Bakım Kurumlarında Hizmet Kalitesi Kavramı ve Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli: Servqual Uygulaması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Luk, Sean (1997). An Examination of the Role of Marketing Culture in Service Quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.9, No:1, s.13-20
- Mucuk, İ. (2011), *Modern İşletmecilik*, 17. Basım, İstanbul: Türkmen Kitabevi
- Özmutaf N.M, Sezgin B, Keskin G & Çelikli S. (2009). Sağlık Misyonuna Sahip Sivil Toplum Kuruluşlarında Birey Motivasyonu: Ampirik Bir Yaklaşım. *Journal of Yasar University*, 4(13), 1977-1996
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol.49, Fall, 41-50
- Sterland, B. ve Rizova, G. (2010). *Batı Balkanlar ve Türkiye'de Sivil Toplum Ortamı*, TACSO Tarafından Hazırlanan Bir İhtiyaç Analizi Raporu, (www.tacso.org).
- Tavmergen, İge Pırnar (2002). Turizm Sektöründe Kalite Tanımı ve İşletme Verimliliğine Etkileri. *Standart Dergisi*, 41(488), 28-34
- Torlak, Ö. (2001), Sivil Toplum Örgütlerinde Sosyal Pazarlama Yaklaşımı, *Pazarlama Dünyası*, 15 (85), s.45-51.
- Tüsev (2006). *Civil Society in Turkey: An Era of Transition*; *Civics Civil Society Index Country Report for Turkey*, İstanbul
- Van, N. (1996). *Application of the SERVQUAL instrument in a social work organisation.*, Cape Technikon Theses & Dissertations, 121
- Yaman, Y. (2003). Sivil Toplum Kuruluşlarında Hizmet Kalitesi ve Ölçümü. *Sivil Toplum Dergisi*, 1(3), Temmuz-Eylül,
- Yılmaz, A. ve Kaya, M. (2014). Küresel Dünyada Sivil Toplum Kuruluşlarının Ekonomik Kalkınmadaki Rollerine Üzerine Bir Değerlendirme. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, vol.6, sayı.10, s.130-169
- Yumusak, N.U. (2006). *Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü