



KÜTÜPHANELERDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ İLE KULLANICI MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ: HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ ÖRNEĞİ*

The Effect of Perceived Service Quality in Libraries on User Satisfaction: The Example of Hasan Kalyoncu University Library

Kemaleddin Mustafa ÇETİN

Kütüphane Müdürü, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Mütercim Asım Kütüphanesi,
mustafa.cetin@hku.edu.tr Gaziantep/Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-3432-5095>

Fatma Gül BİLGİNER ÖZSAATCI

Dr. Öğr. Üyesi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü, fatmagul.bilginer@hku.edu.tr Gaziantep/Türkiye
<https://orcid.org/0000-0002-2407-5598>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1024946>

Çetin, K. M. & Bilginer Özsaatçı, F. G. (2022). “Kütüphanelerde algılanan hizmet kalitesi ile kullanıcı memnuniyeti ilişkisi: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesi örneği”, *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 5(1). 50-85.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 23.11.2021

Kabul Tarihi / Accepted Date: 28.12.2021

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31/01/2022

* Bu çalışma Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programında, Dr. Öğretim Üyesi Fatma Gül Bilginer Özsaatçı danışmanlığında, Kemaleddin Mustafa Çetin tarafından 26.05.2021 tarihinde tamamlanan, “Kütüphanelerde Algılanan Hizmet Kalitesi İle Kullanıcı Memnuniyeti İlişkisi: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesi Örneği” başlıklı Yüksek Lisans Tezinden türetilmiştir.

ÖZ

1990'lı yıllar ile birlikte sanayi sektörü parlamış, mal üretimleri maksimum seviyeye ulaşmıştır. Hizmet sektörünün doğası gereği, verilen hizmetin kalite düzeyi, mal üretiminin kalite düzeyi kadar kolay bir şekilde ölçülememektedir. Hizmet üreten tüm birimlerin temel amaçları kaliteli bir hizmet sunmak, kaliteli mal üretmek ve müşteriyi memnun etmek olmuştur. Kaliteli hizmet konusu bu çalışmada kütüphaneler aracılığıyla anlatılacaktır. Çalışmanın temel sorunu kütüphanelerde algılanan hizmet anlayışı ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Yapılan analizler sonucunda algılanan hizmet kalitesi ve algılanan hizmet kalitesi alt boyutları ile kullanıcı memnuniyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin eğitim durumuna ve bağlı bulunulan fakülteye göre de anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Hizmet kalitesi, Algılanan Hizmet Kalitesi, Kütüphanecilik, Kütüphane Hizmetleri.

ABSTRACT

In the 1990s, the industrial sector flourished and the production of goods saw the maximum level. Due to the nature of the service sector, the quality level of the service provided cannot be measured as easily as the quality level of goods production. The main objectives of all units that produce services have been to provide a quality service, to produce quality goods and to satisfy the customer. Quality service will be explained in this study through libraries. The main problem of the study is to determine the relationship between perceived service understanding in libraries and customer satisfaction. As a result of the analyzes made, it has been determined that there is a positive and significant relationship between the perceived service quality and the perceived service quality sub-dimensions and user satisfaction. In addition, it has been determined that the service quality and user satisfaction perceived by the

users in library services differ significantly according to the education level and the faculty they are affiliated with.

Keywords: Service, Service Quality, Perceived Service, Librarianship, Library Services

GİRİŞ

Hizmet sektörü, mal üretimi yapan sektörlerden daha hızlı bir şekilde gelişen ve pazar payını arttıran bir sektördür ve tüm dünyada bu şekilde kabul görmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1994: 111). Bu nedenle 90' lardan itibaren hizmet kavramı, akademik ve yönetim çevrelerince incelenen bir konu olarak kabul görmektedir (Kunts, 1996: 23). Levitt' e (1986) göre, tüm kuruluş, müşteri yaratan ve müşteriyi memnun eden bir organizma gibi görülmelidir. Levit' in saptamasından da anlaşılacağı üzere, müşteri kavramı iyi anlaşılmalı ve müşteri memnuniyeti için yönetimin hizmet sağlama noktasında bu hususları göz önünde bulundurması gereklidir. Bu durumdan dolayı araştırmanın problem cümlesi "Kullanıcıların algıladıkları hizmet kalitesi ile kullanıcı memnuniyeti arasında ilişkisi var mıdır?" şeklinde belirlenmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı kütüphane kullanıcıların algıladıkları hizmet kalitesi ile kullanıcı memnuniyetine arasındaki ilişkiyi ölçmek ve elde edilen sonuçlara bağlı olarak öneriler geliştirmektir.

Bu çalışmada Gaziantep ilindeki Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesinde algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti araştırılmıştır. Bu bağlamda Gaziantep ilindeki Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesi kullanıcıları, çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir. Çalışmada katılımcıların algılanan hizmet kalitesi, algılanan hizmet kalitesi alt boyutları ve memnuniyet ölçeği sorularında; cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir düzeyi, eğitim durumu, meslek ve yaşanılan yer gibi bağımsız değişkenlere göre değişiklik durumları incelenmiştir.

Üniversiteler bilgi ve düşüncelerin korunması, eğitim ve öğretim, araştırma, basım yayım, ilginin yorumlanması ve yayılması gibi etkinliklerden sorumlu kuruluşlardır. Üniversitenin bu işlevleri gerçekleştirebilmesi ancak gerekli alt yapı unsurlarının sağlanmasıyla olur. Kütüphane, akademik kurumlarda eğitim-öğretim etkinliklerini ve araştırmalarını direk desteklediği için üniversitenin altyapı unsurları arasında önemli bir yere sahiptir (Çelik, 1993:115). Kütüphaneler üniversitenin bilgi üretmek ve araştırma yapmak gibi amaçlarına hizmet ettiği için bilgi ihtiyacının karşılanması açısından üniversite faaliyetleri üzerinde diğer birimlerden çok daha önemlidir.

Hizmet üreten işletmelerin hemen hemen hepsinde olduğu gibi kütüphanelerde de sunulan hizmet kalitesinin iyileştirilebilmesi ve kullanıcı memnuniyetinin artırılması için ilk olarak hizmet kalitesi hakkında bilgi sahibi olunulmalıdır. Bunun içinde ölçülmesi gerekmektedir (Akbaşrak, 2005: 31). Hizmet üreten işletmeler olarak kütüphaneler de, kaliteli hizmet ve kullanıcı memnuniyeti vazgeçilmez bir amaç olarak kabul edilmeli, bu amaç gerek kütüphane yönetimleri gerekse kütüphane personeli tarafından kavranmalıdır. Kütüphaneler kullanıcı odaklı merkezler olma yolunda ilerlemelidir ayrıca bütün personeller kullanıcı ihtiyaçlarını ve isteklerini anlamak için çaba sarf etmelidir (Wilson, 1995:299). Kütüphaneler fikirleri güçlendiren yapılardır. Dolayısıyla kütüphaneler tarafından verilen hizmet, ilgili üniversitenin amaçlarına uygun olmalıdır. Kütüphanelerin vereceği hizmet kalitesi müşteri memnuniyeti ile doğru orantılıdır. İyi örgütlenmeli ve çağdaş bilimi takip etmelidir.

Yapılan bu çalışmada, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti kavramlarından bahsedilmiş olup, algılanan hizmet kalitesi ile ilişkili kavramlar ele alınmıştır.

HİZMET VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ

Hizmet

Hizmet kavramı, fiziksel bir ürünle alakalı veya alakasız iş/performans olarak değerlendirilen ancak doğası gereği sahiplilik yani gözle görülür elle tutulur bir obje veya ürün vermeyen bir uğraş olarak da tanımlanmaktadır (Bayat, Baydaş & Atlı, 2015).

Verilen hizmetlerin tanımlanması genellikle zordur. Çünkü birçok hizmetin girişi ve çıkışı soyuttur. Hizmetin genel tanımı insanların yaşamış olduğu süreçleri kolaylaştırması ve insanın ihtiyaç duyduğu her konuda destek olabilmesidir. Ancak, hizmet sektörünün önemi bütün alanlarda arttığı için hizmetin tanımı konusunda bir fikir birliğine varılamamış ve bu da hizmetin birçok farklı şekilde tanımlanmasına yol açmıştır. Bu nedenle hizmet kavramı, yıllar boyunca araştırmacılar ve akademisyenler tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır (Dagger ve Sweeney, 2006: 12).

Hizmetlerin Özellikleri

Hizmetlerin özelliklerini vurgulamak oldukça önemlidir. Çünkü bu özelliklerin iyi bir şekilde tanınması, yenilikçi yönetim bilgisinin doğru bir şekilde anlaşılmasını sağlar. Hizmetleri mallardan ayıran bazı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler dört sınıfa ayrılmaktadır. Bunlar; soyutlama (bağışıklık), eşzamanlılık (ayrılmazlık), heterojenlik (uçuculuk) ve kırılabilirlik (Awara ve Anyadighibe 2014: 35).

Soyutluk (Dokunulmazlık): Hizmetlerin en temel ve genel özelliği hizmetlerin nesnel olmadığı, verilen hizmetin eylemsel olarak bilinmeyeceği, görülemeyeceği, hissedilemeyeceği, tadına bakılamayacağı veya dokunulmayacağıdır (Lovelock, 1991: 44).

Eş Zamanlılık (Ayrılmazlık): Bazı hizmetler aynı anda üretilmekte ve tüketilmektedir. Bazı hizmetler, servis sağlayıcılardan ayrılamaz ve hizmeti alır almaz müşteriler de bu olgunun içerisine doğrudan katılırlar (Zeithaml vd., 2009: 67).

Heterojenlik (Değişkenlik): Değişkenlik, bir müşteri için sağlanan hizmetin, başka bir müşteri için sağlanan hizmetle aynı olamayacağı anlamına gelmektedir (Grönroos, 2000: 49).

Dayanıksızlık: Hizmetler tekrar satılamaz, iade edilemez ve daha sonra kullanılmak üzere kaydedilemez. Hizmetlerin üretimi ve tüketimi eşzamanlı eylemler olduğundan, hizmetler tüketilmediğinde kaybolma eğilimi göstermektedirler (Ylikoski ve Järvinen, 2011: 10).

ALGILANAN HİZMET KALİTESİ VE ÖLÇME YÖNTEMLERİ

Algılanan kalite: Fiziksel çevre ve müşteri algısının marka imajı üzerindeki etkisi hakkında fikir sahibi olma fırsatı vermektedir. Algılanan kalite ile ilgili olarak, müşterilerin kaliteyi birden fazla şekilde algıladıkları ve aynı zamanda kaliteyi algılayan birçok faktöre sahip oldukları iddia edilmiştir (Zeithaml vd. 2009: 213). Bazı araştırmacılar algılanan hizmet kalitesinin, fiyat-performans oranının yanı sıra, kişisel faktörleri ve durum faktörlerini yansıtan müşteri memnuniyetinin sadece bir bileşeni olduğuna, algılanan kalite beklenen kalitenin altındaysa, hem mevcut hem de yeni müşteriler işletmeden ayrılmaktadır (Lovelock ve Wirtz, 2007: 383).

Hizmet Kalitesinin Boyutları

En iyi bilinen hizmet kalitesi araştırmacıları arasında yer alan Parasuraman, Zeithaml ve Berry, kapsamlı hizmet kalitesi araştırması yapmış ve hizmet kalitesi değerlendirmesi için on kriter belirlemişlerdir. Bunlar; fiziksel unsurlar, güvenilirlik, coşku, yeterlilik, nezaket, iletişim, güvenilirlik, güven, erişilebilirlik, empatidir (Sriram, 2014: 38).

Fiziksel Unsurlar: Hizmet kalitesinin beş boyutu, her hizmet ortamının total bir görünümünü oluşturmaktadır (Knowles, 2011: 168). Her şeyden önce, mevcut ortamın fiziksel öğeleri iyi görünmelidir. Fiziksel öğelerin iyi görünmesi her durumun iyi olması gerektiği anlamına gelmemektedir. Fiziksel yönler, işletme hakkında olumlu düşüncelerini sağlayan tesisler, ekipman, malzemeler ve teknolojilerle ilişkilendirilmektedir. Bu boyut aynı zamanda çalışanların görüntüsünü de içermektedir (Brink ve Berndt, 2008: 60).

Güvenilirlik: Güvenilirliğin tanımı vaat edilen hizmeti güvenilir ve düzgün bir şekilde yerine getirme yeteneğidir. Nyandoro'ya göre, güvenilirlik müşteri memnuniyeti için oldukça önemli

bir faktördür (El Saghier ve Nathan, 2013: 4). Bu boyuta göre, şirketin müşteriye ilk kez doğru hizmeti sunması gerekmektedir. Şirket vaatlerini belirli bir süre içinde yerine getirmelidir. Verilen hizmet düzgün yapılırsa, müşterinin algılamış olduğu kalite artacaktır. Sorunlara ulaşım, fiyat ve iş yaklaşımı konusunda vaat edilen hizmetlerin sağlanması, müşterinin işletmeyle olan güven ilişkisini yansıtmaktadır (Brink ve Berndt, 2008: 60).

Heveslilik: Heveslilik, şirketlerin ve çalışanlarının müşterilere yardımları, problemlerini çözümedeki iletişimlerini, hizmet sunumundaki gösterdikleri özen, samimiyetleri, sürekli hizmet vermeye istekli olmaları ve çalışanların yeterli bilgiye sahip olmaları, hizmet sunma becerilerinin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Dale vd., 2007:240).

Güven: Hizmetin güven boyutu, çalışanların hizmet sunumu sırasında müşteriye güven duydukları anlamına gelmektedir (Kalidas, 2007: 87).

Empati: Empati, kendinizi başkasının yerine koyma yeteneğidir. Hizmet sektöründe ise bu başkası müşteridir. Hassas bir hizmet aracılığıyla müşteri, hizmetin merkezinde hissederek ve müşteriye önem verir (Knowles, 2011: 176).

Hizmet Kalitesinin Ölçümü:

Hizmet kalitesinin ölçülmesi şirketler için büyük bir önem arz etmektedir. Çünkü hizmet kalitesinin ölçülmesi, şirketlere müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için olası sorunları çözme ve kaliteyi artırma çabalarını tanımlama yeteneği vermektedir. Ayrıca, hizmet kalitesinin ölçülmesi, müşterilerin şirket tarafından sunulan hizmetlerle ilgili deneyimlerini ve memnuniyetlerini analiz etmelerine yol açmaktadır (Ghotbabadi, 2015: 269).

Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

Grönroos'un Hizmet Kalitesi: Birinci boyut olan teknik kalite (sonuçların kalitesi), müşterilerin bir hizmet şirketi ile etkileşime girerek neler başardıklarını ifade etmektedir. Diğer bileşen fonksiyonel (proses) kalitedir, yani müşterinin teknik servisi nasıl aldığıdır. Bu

modelde hizmet kalitesinin üçüncü boyutu şirket imajıdır, yani müşterinin işletmeye veya markaya bakış açısıdır (Grönroos, 1984:36).

Lehtinen & Lehtinen'in Hizmet Kalitesi Modeli Lehtinen & Lehtinen tarafından sunulan hizmet kalitesinin üç boyutlu modeli şöyledir (Kiran ve Singh, 2016: 473): 1. "Fiziksel Kalite" 2. "Etkileşimli Kalite" 3. "Kurumsal Kalite". Bu modelde, fiziksel kalite hizmetin belirli yönleriyle bağlantılıdır. Model hizmetlerin sağlanması için kullanılan binalar, ekipmanlar vb. fiziksel görünüm içermektedir (Kiran ve Singh, 2016: 473):

Gummesson 4Q Modeli: Gummesson 4Q modeli hem malları hem de hizmetleri dikkate alır. Bu model, tüketicinin beklentilerini, deneyimlerini, imajını ve markasını müşteri tarafından algılanan kalite ile karşılaştırır. Gummesson 4Q modeline göre, müşterilerin genel kalite algısı bir yandan şirketin imajını etkilemekte, diğer yandan da müşterilerin zihinlerinde yaratılan markaya belirleyici bir katkı sağlamaktadır (Palaima ve Banytè, 2006: 86).

KULLANICI MEMNUNİYETİ

Kullanıcı memnuniyeti kullanıcıların hizmeti kullanması durumunda ortaya çıkan değer hakkında olumlu veya olumsuz hisleridir. Hizmet üreten işletmeler az aralıklarla, memnun edilmeyen müşterilerinin geri gelmesi için kalite geliştirme süreçlerini tekrar başlatmaktadırlar (Stuart ve Tax, 1996: 62).

Kullanıcı Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Güven: Müşteriler, mal veya hizmet aldıkları işletmeye güvenmek istemektedirler. Bu nedenle; güven, müşteri sadakatini etkileyen en önemli faktördür. İşletmelerin mal ve hizmetinde müşteriye güven verilmesi ile, şirketler ile müşteri ilişkileri süreklilik kazanması ve müşterilerin zaman içinde sadık müşteriler haline gelmesi beklenmektedir.

Vazgeçilmezlik: Vazgeçilmezlik mal ve hizmetin iyi sunulması ile elde edilebilmektedir. Ancak, müşteri sadakatini artırmak ve diğer ihtiyaçlarını karşılamak çok önemli bir faktördür. Bu aşamada, çapraz satış (mevcut ürün dışında pazarlama yeteneği) önemli bir faktördür.

Şirketler, müşterilerinin bilgilerini kullanarak, müşterilerinin ihtiyaçlarını belirleyerek ve buna göre iletişim kurarak satışlarını artırabilmektedir. Sonuç olarak, ihtiyaçları karşılanan müşterinin sadakati artacak ve bu iş vazgeçilmez olacaktır.

Umursanmak: Müşteriler şirketlerin bilgi, şikâyet veya olumsuz görüşlerine dönmesini beklemektedirler. Şirketlerin verilen bilgilere uygun hareket etmesi, bu bilgilere baktığının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Ödüllendirme: Şirketler müşterilerini farklı şekillerde ödüllendirmektedirler. Örneğin; Müşterilere, zaman zaman hediyelerin verilmesi, müşterilerin kartlarında puan birikmesi vb. ödüllerin verilmesi mutlu olmalarını ve alışverişe devam etmelerini sağlayacaktır. Sadakatin yaratılmasına da katkıda bulunacaktır.

Hizmet Kalitesi: Müşteri sadakatine katkıda bulunan bir diğer faktör de hizmet kalitesidir. Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Fakat müşteri sadakatini sağlamada dolaylı olarak etkili olduğu da kanıtlanmıştır (Koçoğlu, 2009: 74).

KÜTÜPHANENİN TANIMI VE ÖNEMİ

İnsanlığın her döneminde daima niteliksel ve niceliksel olarak gelişen bilgi kütüphanelerin de temelini oluşturmaktadır. Yazının icadı ile bilginin gelecek nesillere aktarıldığı çeşitli biçimlerde yaratılan belge ve belgeleri alan kütüphanelerin ilk temel unsuru ve soyut nesnesi bilgidir (Keseroglu, 2010: 649). Dönemsel gelişmelere bağlı olarak kütüphanelerin birçok tanımı yapılmıştır (Rukancı ve Anameriç, 2004). Kütüphane Farsça ve Arapça kökenli kütüb ile Farsça hane kelimelerinden türemiştir ve kitapların evi anlamına gelmektedir. Belgelerin toplandığı yer (bina / oda), bilgilerin kaydedildiği farklı formatlardaki belgelerden oluşan koleksiyon (koleksiyon), bu koleksiyonu düzenleyen personel, bilgi merkezinin tüm ekonomik gelişimini ve kütüphanenin gelişimini sağlayan bütçe (ekonomi) ve bu dört hizmetin ana ögesi olan kullanıcı (toplum) kütüphanelerin temelini oluşturmaktadır.

Algılanan Hizmet Kalitesi ile Kullanıcı Memnuniyeti Arasında İlişki

Müşteri memnuniyetinin ve hizmet kalitesinin ilişkili olmasının nedeni, müşterilerin bu süreçte mal veya hizmet satın alıp tükettikten veya mal veya hizmetleri değerlendirdikten sonra kalite kavramını bir öncelik olarak görmesinden kaynaklanmaktadır. İşletmelerin, faaliyetlerini sürdürmek için öncelikle yüksek kaliteli mal ve hizmetler üreterek müşteri memnuniyetini sağlamaları gerekmektedir. Çünkü hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti müşteri sadakati için temel değişken olarak belirtilmektedir (Barutçu, 2002: 71).

Literatürde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine yapılan çalışmalar, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini sağlamak için önemli olduğunu vurgulamıştır. Memnun müşteriler malları ve hizmetleri yeniden alma eğilimindedir. Dolayısıyla müşteri memnuniyeti ile müşteri bağlılığı arasında doğru orantılı bir bağlantı olduğu görülmektedir (Başar, 2015: 40).

Müşteri memnuniyeti ve sadakat konularının birçok çalışmada ele alınan önemli konulardan biri olması nedeniyle, memnuniyet sadakate yol açan önemli bir faktördür ve sadakat ölçümlerinde sadakat seviyelerinin belirlenmesinde temel kriterlerden biri olarak kullanılmaktadır (Bayuk, 2004: 95).

Cristobal (2018) çalışmasında, kütüphane hizmet kalitesi ile kullanıcı memnuniyeti arasında anlamlı bir doğrudan bağlantı olduğu belirtilmektedir. Ek olarak, kullanıcı memnuniyetinin, kullanıcıların kütüphaneye ve hizmetlerine olan bağlılıkları ile de doğrudan ilişkili olduğu ifade edilmektedir.

Wang ve Shien (2006) tarafından Chang Jung Christian Üniversitesi kütüphanesinde yapılan çalışmada hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında algılanan hizmet kalitesinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşmadığı da araştırma bulguları arasında yer almaktadır.

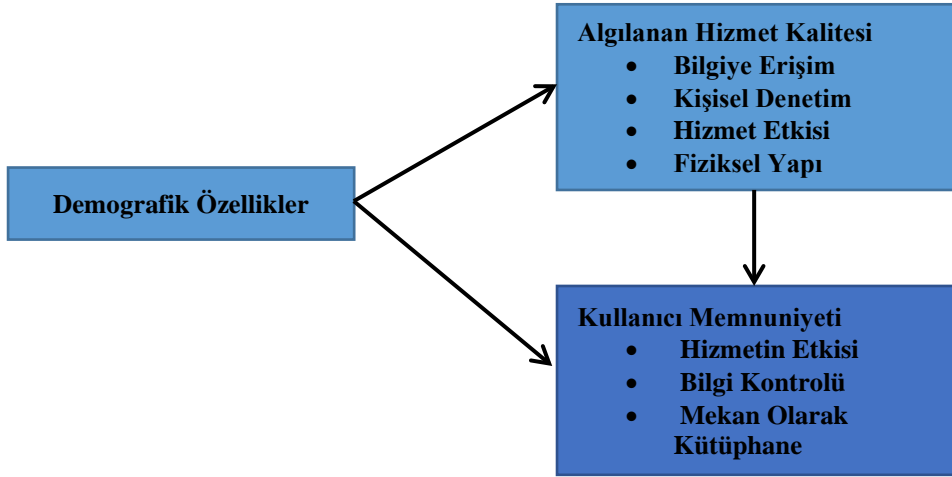
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmanın planında ve araştırma sürecinde nicel araştırma modellerinden tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, seçilen bir kümenin belirli özellik ve niteliklerini incelemek amacıyla verilerin toplanmasını hedefleyen bir araştırma modelidir (Baltacı, 2018: 239).

Bu çalışmada “LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi ölçeği kullanılarak, katılımcılar üzerinde bir anket çalışması yapılmıştır. Bu anket Ocak-Agustos 2020 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırmanın evrenini Gaziantep ilindeki HKÜ öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini anket çalışmasına katılmayı kabul eden öğretim üyeleri ve öğrenciler oluşturmaktadır. Hesaplamalarda 50.000 kişilik evren için %95 güven düzeyine göre örneklem sayısı belirlenmiştir (Sencer, 1989: 609).

Bu araştırmanın temel hedef kitlesi Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesinin hizmetlerinden faydalanan kişilerdir. Bu doğrultuda çalışma örneklemini Hasan Kalyoncu Üniversitesi akademik personeli ve öğrencilerinden 403 kişi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda: Algılanan Hizmet Kalitesinin Kullanıcı Memnuniyetine Etkisi: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesindeki Etkilerini Saptamaya Yönelik “kullanıcı memnuniyet ölçeği ve algılanan hizmet ölçeği” kullanılmıştır.

Bu çalışmanın amacı bağlamında Şekil 1’ de gösterilen bir araştırma modeli oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın Hipotezleri

Algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti kavramları ile ilgili aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Kullanıcıların algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1a: Algılanan hizmet kalitesi boyutlarından bilgiye erişim ile kullanıcı memnuniyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1b: Algılanan hizmet kalitesi boyutlarından hizmet etkisi ile kullanıcı memnuniyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1c: Algılanan hizmet kalitesi boyutlarından fiziksel yapı ile kullanıcı memnuniyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1d: Algılanan hizmet kalitesi boyutlarından kişisel denetim ile kullanıcı memnuniyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1e: Kullanıcı memnuniyeti boyutlarından hizmetin etkisi ile algılanan hizmet kalitesi arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1f: Kullanıcı memnuniyeti boyutlarından bilgi kontrolü ile algılanan hizmet kalitesi arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H1g: Kullanıcı memnuniyeti boyutlarından mekân olarak kütüphane ile algılanan hizmet kalitesi arasında pozitif ve anlamlı ilişkiye sahiptir.

H2: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H4: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H5: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti üniversitedeki yılına göre farklılık göstermektedir.

H6: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti fakülteye göre farklılık göstermektedir.

H7: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti kütüphaneyi kullanma sıklığına göre farklılık göstermektedir.

H8: Kullanıcıların kütüphane hizmetlerinde algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti kütüphane web sayfasını kullanma sıklığına göre farklılık göstermektedir.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama tekniklerinden anket tekniği kullanılmış ve kütüphanelerde hizmet kalitesinin ölçümü için yaygın olarak kullanılan “LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi ölçeği” kullanılmıştır. Özgün LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketini Türkçe ye uyarlayıp kullanan Tabak (2009)’ın çalışmasından alınmıştır. Mart – Ağustos 2020 tarihleri arasında online anket Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesi ödünç verme biriminde kolayda örnekleme yöntemiyle uygulanmıştır. Bu örnekleme yöntemi tesadüfi olmayan

örnekleme yöntemlerindedir. Araştırmada verileri toplamak adına Kütüphanede Algılanan Hizmet Kalitesinin Kullanıcı Memnuniyetine Etkisi: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesindeki etkilerini saptamaya yönelik 25 soruluk anket formu kullanılmıştır. Bu çalışmada pandeminin de etkisi ile geleneksel yöntemlerle kullanıcı memnuniyeti ölçümü yapmanın dışına çıkarak, teknoloji ışığında Web-tabanlı kullanıcı memnuniyeti ölçümü gerçekleştirilmiştir.

Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği:

LibQUAL+TM Hizmet Kalitesi Ölçümü Anketi'nde, ölçülebilir web ara yüzü ve protokolü kullanılarak kütüphane kullanıcılarının, kütüphane hizmetinden istemleri sorgulanmaktadır. Libqual ölçeğinde ölçümler Minimum Hizmet Düzeyi, İstenen hizmet Düzeyi ve Algılanan Hizmet Düzeyi olarak yapılmaktadır. Kullanıcıların kütüphanenin hizmet kalitesini, minimum [kullanıcı tarafından kabul edilebilir en düşük hizmet seviyesi], algılanan [kütüphanenin halen sağladığı düşünülen hizmet seviyesi] ve beklenen [kullanıcının kişisel olarak beklediği hizmet seviyesi] olmak üzere üç ayrı bölümde değerlendirmesine olanak vermekte ve bu bölümler arasındaki boşlukların (gaps) tanımlanmasını sağlamaktadır (LibQUAL+TM, 2005).

LibQUAL+TM Hizmet Kalitesi Ölçümü Anketi uygulanan kütüphanelerde eğer kütüphanenin verdiği hizmet seviyesi en düşük hizmet seviyesinin altında kalırsa, kullanıcının aldığı bu hizmet karşısında hoşnutsuzluğunu ifade ettiği düşünülmeli, bu konunun üzerine gidilmeli ve sorunun giderilmesine yönelik çalışılmalar yapılmalıdır. Literatürde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine yapılan çalışmalar, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini sağlamak için önemli olduğunu vurgulamıştır (Başar, 2015: 40).

Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği:

‘Kullanıcı memnuniyeti’, işletmelerde bulunan ‘müşteri memnuniyeti’ yaklaşımının kütüphanelere bir uyarlanması olarak oluşturulmuştur.

Kullanıcı memnuniyeti iki nitelikte ölçülebilir (Poll ve Boekhorst, 1996: 106):

1. Bir bütün olarak kütüphane hizmetlerinin genel olarak değerlendirecek olan kullanıcı memnuniyeti

2. Bireysel hizmetler veya kütüphanenin açık olduğu saatler, kütüphanecilerin davranışları gibi kütüphane hizmetlerinin bileşenlerini içeren kullanıcı memnuniyeti. Web tabanlı LibQUAL+™, ölçüm tekniğinin örnek alındığı anket çalışmasında, başlıca gaye, kullanıcı beklentilerini daha iyi anlamak, elde edilen verilerle ve bunlara ilişkin yorumlarla kütüphane yönetimine ve çalışanlarına yardımcı olmaktır.

LibQUAL+™ ölçüm tekniği, başlangıçta dört ölçüt içermektedir (hizmetin etkisi, mekân olarak kütüphane, kişisel kontrol, bilgi kontrolü). Ancak 'kişisel kontrol' ölçütü daha sonra yetkililer tarafından LibQUAL+™ den çıkartılmıştır. LibQUAL+™ tekniğinde kullanıcı memnuniyetini ölçmek için 3 ölçüt dikkate alınmaktadır. Bunlar:

1. Hizmetin Etkisi: Bu ölçüt dokuz sorudan oluşmaktadır ve bu sorular kütüphane personelinin mesleki yeterliliği ve kullanıcılara sergilediği tutumlar ile ilgilenmektedir.

2. Mekân Olarak Kütüphane: Bu ölçütte beş soru bulunmakta, bu sorular bireysel ve grup çalışma odaları ve dinlenme için kütüphanenin fiziksel çevresiyle mekânsal olarak ilgilenmektedir.

3. Bilgi Kontrolü: bu ölçütte sekiz soru bulunmakta Bilgi kontrolü ölçütü, kullanıcıların kimseye ihtiyaç duymadan, bağımsız şekilde aradıkları bilgiye erişip erişmemesiyle ilgilidir.

Her bir ölçütün (hizmetin etkisi, mekân olarak kütüphane, bilgi kontrolü), kendine ait soruları bulunmaktadır. Toplam 22 maddeden oluşan bu sorular, anket içerisinde iç içe yer almaktadır.

Verilerin İstatistiksel Analizi

Anket tekniğiyle elde edilen verilerin analizinde, 'SPSS 22.0 (Statistical Programming for Social Scientists) adlı programdan yararlanılmıştır. Elde edilen bu analiz sonuçlarına göre, kullanıcıların kütüphane hizmetleri hakkındaki düşünceleri ilgili değerlendirme ve

yorumlamalar yapılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde sayı, yüzde, ortalama, standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerini gösteren cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, çocuk durumu, yaş değişkeni gibi değişkenlerin frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Araştırmanın çoğunlukla bireylerin kategorilerden tercih yapması şeklinde cevaplandıracağı demografik değişkenlerden oluşması sebebiyle çoğunlukla frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcılara yönelik demografik bulguların yer aldığı tablo 1 aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Kütüphane Kullanıcıların Demografik Bilgiler

	Gruplar	Sayı (N)	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	170	42.2
	Kadın	233	57.8
Yaş	18-22	189	46.9
	23-30	167	41.4
	31-45	40	9.9
	46-65	7	1.7
Eğitim Durumu	Lisans Öğrencisi	271	67.2
	Y. Lisans Öğrencisi	53	13.2
	Doktora Öğrencisi	14	3.5
	Akademik Personel	41	10.2
	Diğer	24	6.0
Üniversitede Kaçınıcınız Yılı?	1	33	8.2
	2	95	23.6
	3	61	15.1
	4	121	30.0
	5 ve üzeri	93	23.1
Fakülte	Eğitim Fakültesi	87	21.6
	Hukuk Fakültesi	42	10.4
	İİSB Fakültesi	85	21.1
	GSM Fakültesi	42	10.4
	İletişim Fakültesi	17	4.2
	Mühendislik Fakültesi	40	9.9
	Sağlık Bilimleri Fakültesi	40	9.9
	Meslek Yüksekokulu	38	9.4
Diğer	12	3.0	

Kütüphaneyi Hangi Sıklıkla Kullanıyorsunuz?	Günlük	22	5.5
	Haftada Bir Kez	81	20.1
	Haftada Birden Fazla	92	22.8
	Ayda Bir Kez	124	30.8
	Ayda Birden Fazla	42	10.4
	Diğer	42	10.4
Kütüphane Sayfasını Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz?	Günlük	11	2.7
	Haftada Bir Kez	43	10.7
	Haftada Birden Fazla	41	10.2
	Ayda Bir Kez	148	36.7
	Ayda Birden Fazla	59	14.6
	Diğer	101	25.1

Tablo 1 incelendiğinde araştırma katılımcılarının cinsiyete göre dağılımına bakıldığında 170' i (%42,2) erkek, 233' ü (%57,8) kadındır. Katılımcıların 271'i (%67,2) lisans öğrencisi, 53'ü (%13,2) yüksek lisans öğrencisi, 14'ü (%3,5) doktora öğrencisi, 41'i (%10,2) akademik personel, 24'ü (%6) diğer katılımcılardır. Katılımcıların 33'ü (%8,2) 1. Sınıf, 95'i (%23,6) 2. Sınıf, 61'i (%15,1) 3. Sınıf, 121'i (%30,0) 4. Sınıf 93'ü (%23,1)5. Sınıf ve üzeridir. Katılımcıların 87'si (%21,6) eğitim fakültesinde, 42'si (%10,4) Hukuk Fakültesinde, 85'i (%21,1) İİSB Fakültesinde, 42'si (%10,4) GSM Fakültesinde, 17'si (%4,2) İletişim Fakültesinde 40'ı (%9,9) Mühendislik Fakültesinde, 40'ı (%9,9) Sağlık Bilimleri Fakültesinde, 38'i (%9,4) Meslek Yüksekokulunda, 12'si (%3,0) diğer fakültelerde okumaktadır. Katılımcıların kütüphaneyi kullanma sıklığına bakıldığında 22'si (%5,5) günlük, 81'i(%20,1) haftada bir kez, 92'si (%22,8) haftada birden fazla, 124'ü (%30,8) ayda bir kez, 42'si (%10,4) ayda birden fazla, 42'si (%10,4) diğer şeklinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların kütüphane web sayfasını ne sıklıkla kullandıklarına bakıldığında 11(%2,7) kişinin günlük, 43(%10,7) kişinin haftada bir kez, 41(%10,2) kişinin haftada birden fazla, 148 (%36,7) kişinin ayda bir kez, 59(%14,6) kişinin ise ayda birden fazla kez kullandığı görülmüştür.

Tablo 1: Araştırma katılımcılarının, Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği toplam puan ve alt boyutları ile Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği toplam puan ve alt boyutlarına ilişkin betimsel istatistikler

Ölçekler ve Alt Boyutları	\bar{X}	S	En Küçük	En Büyük
AHKÖ	96.51	24.58	25	125
Bilgiye Erişim	18.56	5.18	5	25
Hizmet Etkisi	35.06	9.35	9	45
Fiziksel Yapı	19.61	5.36	5	25
Kişisel Denetim	23.26	5.53	6	30
KMÖ	88.55	17.91	22	110
Hizmetin Etkisi	36.01	7.22	9	45
Bilgi Kontrolü	32.59	6.65	8	40
Mekân Olarak Kütüphane	19.94	4.51	5	25

Tablo 2 incelendiğinde, araştırma katılımcılarının AHKÖ' den aldıkları en düşük puan 25, en yüksek puan ise 125' tir. AHKÖ puan ortalaması ise =96.51 (S=24.58)'dir. Bilgiye Erişimden aldıkları en düşük puan 5 en yüksek puan 25' tir. Bilgiye Erişimin puan ortalaması ise $X=18,56$ (S=5,18)' dir. Katılımcıların Hizmet Etkisinden aldığı en düşük puan 9, en yüksek puan 45' tir. Hizmet Etkisinin puan ortalaması $X=35,06$ (S=9,35)'dir. Katılımcıların Fiziksel Yapıdan aldıkları en düşük puan 5, en yüksek puan 25' tir. Fiziksel Yapının puan ortalaması ise $X=19,61$ (S=5,36)'dir. Katılımcıların Kişisel Denetimden aldıkları en düşük puan 6, en yüksek puan ise 30 dur. Kişisel Denetimin puan ortalaması $X=23,26$ (S=5,53)'dir.

Katılımcıların KMÖ'den aldıkları en düşük puan 22 en yüksek puan 110'dur. KMÖ'nün puan ortalaması $X=88,55$ (S=17,91)'dir. Katılımcıların Hizmetin etkisinden aldıkları en düşük puan 9 en yüksek puan ise 45' tir. Hizmet Etkisinin puan ortalaması $X=36,01$ (S=7,22)'dir. Katılımcıların Bilgi Kontrolünden aldıkları en düşük puan 8 en yüksek puan 40' tir. Bilgi Kontrolünün puan ortalaması ise $X=32,59$ (S=6,65)'dir. Katılımcıların Mekân Olarak Kütüphaneden aldıkları en düşük puan 5 en yüksek puan ise 25' tir. Puan ortalaması ise $X=19,94$ (S=4,51)'dir.

Tablo 2: Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (AHKÖ) ve Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği (KMÖ)' nin Normallik Testi Sonuçları

Ölçekler ve Alt Boyutları	Skewness	Kurtosis
AHKÖ	-1.42	1.48
Bilgiye Erişim	-1.03	0.51
Hizmet Etkisi	-1.39	1.38
Fiziksel Yapı	-1.42	1.36
Kişisel Denetim	-1.39	1.45
KMÖ	-1.27	2.34
Hizmetin Etkisi	-1.21	2.22
Bilgi Kontrolü	-1.37	2.71
Mekân Olarak Kütüphane	-1.11	1.33

Şencan (2005)' a göre verilerin normal dağıldığının anlaşılması için Kurtosis ve Skewness değerlerinin +1 ile -1 arasında olması verilerin gerekmektedir. Bu araştırmada Kurtosis ve Skewness değerleri +1 ile -1 değerlerinin üzerinde çıktığından verilerin normal dağılmadığı söylenebilir. Bu yüzden verilerin analizinde non parametrik testlerden Spearman Brown Korelasyon Testi, Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi Analizi kullanılmıştır.

Tablo 4. Araştırma katılımcılarının, Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği toplam puan ve alt boyutları ile Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği toplam puan ve alt boyutları arasında Spearman Korelasyon Testi Sonuçları

	AHK	M	E	E	Y	D	E	K	OK
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Algılanan Hizmet Kalitesi	1								
2. Kullanıcı Memnuniyeti	.734**	1							
3. Bilgiye Erişim	930**	663**	1						
4. Hizmet Etkisi	960**	710**	847**	1					
5. Fiziksel Yapı	929**	663**	852**	870**	1				
6. Kişisel Denetim	910**	651**	802**	843**	791**	1			
7. Hizmetin Etkisi	733**	971**	669**	707**	655**	655**	1		
8. Bilgi Kontrolü	720**	973**	637**	700**	917**	637**	917**	1	
9. Mekân Olarak Kütüphane	698**	947**	44**	668**	884**	619**	884**	.904**	1

*p<0.5; **p<.01

AHK: Algılanan Hizmet Kalitesi, KM: Kullanıcı Memnuniyeti, BE: Bilgiye Erişim, HE: Hizmet Etkisi, FY: Fiziksel Yapı, KD: Kişisel Denetim, HE: Hizmetin Etkisi, BK: Bilgi Kontrolü, MOK: Mekân Olarak Kütüphane

Tablo 4 incelendiğinde algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile kullanıcı memnuniyeti arasında ($r=.734$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile bilgiye erişim arasında ($r=.930$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile bilgiye erişim arasında ($r=.663$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1a hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile hizmet etkisi arasında ($r=.960$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile hizmet etkisi arasında ($r=.710$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgiye erişim toplam puanı ile hizmet etkisi arasında ($r=.847$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1b hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile fiziksel yapı arasında ($r=.929$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile fiziksel yapı arasında ($r=.663$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgiye erişim toplam puanı ile fiziksel yapı arasında ($r=.852$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmet etkisi toplam puanı ile fiziksel yapı arasında ($r=.870$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1c hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile kişisel denetim arasında ($r=.910$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile kişisel denetim arasında ($r=.651$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgiye erişim toplam puanı ile kişisel denetim arasında ($r=.802$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmet etkisi toplam puanı ile kişisel

denetim arasında ($r=.843$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fiziksel yapı toplam puanı ile kişisel denetim arasında ($r=.791$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1d hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile hizmetin etkisi arasında ($r=.733$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile hizmetin etkisi arasında ($r=.971$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgiye erişim toplam puanı ile hizmetin etkisi arasında ($r=.669$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmet etkisi toplam puanı ile hizmetin etkisi arasında ($r=.707$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fiziksel yapı toplam puanı ile hizmetin etkisi arasında ($r=.655$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kişisel denetim toplam puanı ile hizmetin etkisi arasında ($r=.655$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1e hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.720$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.973$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgiye erişim toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.637$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmet etkisi toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.700$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fiziksel yapı toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.917$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kişisel denetim toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.637$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmetin etkisi toplam puanı ile bilgi kontrolü arasında ($r=.917$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1f hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan hizmet kalitesi toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.698$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kullanıcı memnuniyeti toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.947$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgiye erişim toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.644$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmet etkisi toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.668$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fiziksel yapı toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.884$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kişisel denetim toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.619$, $p=0.00$) pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Hizmetin etkisi toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.884$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bilgi kontrolü toplam puanı ile mekân olarak kütüphane arasında ($r=.904$, $p=0.00$) pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlara göre H1g hipotezi kabul edilmiştir.

Verilerin normal dağılım gösterme durumları Skewness ve Kurtosis değerlerine göre kontrol edilmiştir. Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (AHKÖ) ve Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği (KMÖ)'nin normallik dağılımları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçeği (AHKÖ) ve Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği (KMÖ)'nin Normallik Testi Sonuçları

Ölçekler ve Alt Boyutları	Skewness	Kurtosis	
AHKÖ	Bilgiye Erişim	-1.42	1.48
	Hizmet Etkisi	-1.03	0.51
	Fiziksel Yapı	-1.39	1.38
	Kişisel Denetim	-1.42	1.36
KMÖ	Hizmetin Etkisi	-1.39	1.45
	Hizmetin Etkisi	-1.27	2.34
	Bilgi Kontrolü	-1.21	2.22
	Mekân Olarak Kütüphane	-1.37	2.71
		-1.11	1.33

Şencan (2005)' a göre verilerin normal dağıldığının anlaşılması için Kurtosis ve Skewness değerlerinin +1 ile -1 arasında olması verilerin gerekmektedir. Bu araştırmada Kurtosis ve Skewness değerleri +1 ile -1 değerlerinin üzerinde çıktığından verilerin normal dağılmadığı söylenebilir. Bu yüzden verilerin analizinde non parametrik testlerden Spearman Brown Korelasyon Testi, Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi Analizi kullanılmıştır.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin yaş değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 6' da yer verilmiştir.

Tablo 6: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Yaş Değişkeni

Bakımından Karşılaştırılması

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Algılanan Hizmet Kalitesi	18-22	189	192.83	3	2.88	0.41	
	23-30	167	208.87				
	31-45	40	219.93				
	46-65	7	183.29				
Kullanıcı Memnuniyeti	18-22	189	203.94	3	0.31	0.95	
	23-30	167	200.62				
	31-45	40	202.33				
	46-65	7	180.64				

Tablo 6'da algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanlar için uygulanan Kruskal Wallis Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bu sonuçlara göre H2 hipotezi reddedilmiştir.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin cinsiyet değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 7' de yer verilmiştir.

Tablo 7: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Cinsiyet Değişkeni

Bakımından Karşılaştırılması

Mann Whitney U Testi	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Algılanan Hizmet Kalitesi	Erkek	170	199.53	33920.00	19385.00	0.71
	Kadın	233	203.80	47486.00		

Kullanıcı	Erkek	170	196.74	33445.00	18910.00	0.43
Memnuniyeti	Kadın	233	205.84	47961.00		

Tablo 7’ de algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanlar için uygulanan Mann Whitney U Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bu sonuçlara göre H3 hipotezi reddedilmiştir.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin eğitim durumu değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 8’ de yer verilmiştir.

Tablo 8: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Eğitim Durumu Değişkeni Bakımından Karşılaştırılması

Kruskall-Wallis	Grup	n	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Algılanan Hizmet Kalitesi	Lisans	271	205.40	4	6.27	0.18	
	Y. Lisans	53	167.49				
	Doktora	14	193.50				
	Akademik P.	41	214.01				
	Diğer	24	224.23				
Kullanıcı Memnuniyeti	Lisans	271	204.01	4	13.85	0.00	1>2
	Y. Lisans	53	164.38				1>5
	Doktora	14	186.89				2>5
	Akademik P.	41	203.24				5>3
	Diğer	24	269.10				4>5

Tablo 8’ de algılanan hizmet kalitesinden elde edilen puanlar için uygulanan Kruskall Wallis Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bununla birlikte kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanların eğitim durumu değişkeni açısından $H=13.85$, $sd=4$, $p<0.05$ farklılık gösterdiği gözlenmiştir. Kruskall Wallis testi sonucunda elde edilen istatistiksel farkın kaynağını belirlemek amacıyla parametrik olmayan post hoc testleri sonucunda ise kullanıcı memnuniyeti puanlarının lisans öğrencilerinde yüksek lisans ve diğer öğrencilerden yüksek; yüksek lisans öğrencilerinin diğer öğrencilerden yüksek; diğer öğrencilerin doktora öğrencilerinden yüksek; akademik personelin diğer

öğrencilerden yüksek olduğunu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin üniversitedeki yıl değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 9’ da yer verilmiştir.

Tablo 9: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Üniversitedeki Yıl Değişkeni Bakımından Karşılaştırılması

Kruskall-Wallis	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Algılanan Hizmet Kalitesi	1	33	204.77	4	7.08	0.13	
	2	95	194.37				
	3	61	183.11				
	4	121	224.21				
	5 ve üzeri	93	192.29				
Kullanıcı Memnuniyeti	1	33	211.12	4	2.97	0.56	
	2	95	207.62				
	3	61	194.66				
	4	121	210.65				
	5 ve üzeri	93	186.58				

Tablo 9’ da algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanlar için uygulanan Kruskall Wallis Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların üniversitedeki yıl değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bu sonuçlara göre H5 hipotezi reddedilmiştir.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin fakülte değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 10’ da yer verilmiştir.

Tablo 10: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Fakülte Değişkeni Bakımından Karşılaştırılması

Kruskall-Wallis	Grup	n	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Algılanan Hizmet Kalitesi	Eğitim	87	216.90	8	12.88	0.11	
	Hukuk	42	169.89				
	İİSB	85	190.62				
	GSM	42	199.96				
	İletişim	17	174.79				

	Mühendislik	40	201.11				
	Sağıl Bilim.	40	240.30				
	MYO	38	217.05				
	Diğer	12	160.21				
Kullanıcı Memnuniyeti	Eğitim	87	203.88				1>8
	Hukuk	42	181.95				7>2
	İİSB	85	184.25				8>2
	GSM	42	197.14				3>7
	İletişim	17	165.38	8	19.34	0.01	3>8
	Mühendislik	40	205.58				8>4
	Sağlık Bilim.	40	234.56				7>5
	MYO	38	258.72				8>5
	Diğer	12	153.08				8>9

Tablo 10’ da algılanan hizmet kalitesinden elde edilen puanlar için uygulanan Kruskall Wallis Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların fakülte değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bununla birlikte kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanların fakülte değişkeni açısından $H=19.34$, $sd=8$, $p<0.05$ farklılık gösterdiği gözlenmiştir. Kruskall Wallis testi sonucunda elde edilen istatistiksel farkın kaynağını belirlemek amacıyla parametrik olmayan post hoc testleri sonucunda ise kullanıcı memnuniyeti puanlarının eğitim fakültesi öğrencilerinin meslek yüksekokulu öğrencilerinden yüksek; sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin hukuk ve iletişim fakültesi öğrencilerinden yüksek; meslek yüksekokulu öğrencilerinin hukuk, GSM, iletişim ve diğer fakülte öğrencilerinden yüksek; İİSB fakültesi öğrencilerinin meslek yüksekokulu ve diğer fakülte öğrencilerinden yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre H_6 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin kütüphaneyi kullanma sıklığı değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 11’ de yer verilmiştir.

Tablo 11: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Kütüphaneyi Kullanma Sıklığı Değişkeni Bakımından Karşılaştırılması

Kruskall-Wallis	Grup	n	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
	Günlük	22	197.86				
	Haftada Bir	81	199.65	5	2.56	0.76	

Algılanan Hizmet Kalitesi	Haftada Birden F.	92	197.71			
	Ayda Bir	124	203.40			
	Ayda Birden F.	42	226.57			
	Diğer	42	189.40			
Kullanıcı Memnuniyeti	Günlük	22	209.52			
	Haftada Bir	81	193.70			
	Haftada Birden F.	92	193.03	5	3.21	0.66
	Ayda Bir	124	200.95			
	Ayda Birden F.	42	226.01			
	Diğer	42	212.80			

Tablo 11’de algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanlar için uygulanan Kruskal Wallis Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların kütüphaneyi kullanma sıklığı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bu sonuçlara göre H7 hipotezi reddedilmiştir.

Araştırma katılımcılarının algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin kütüphane WEB sayfası kullanma sıklığı değişkeni bakımından karşılaştırılması ile ilgili verilere Tablo 12’ de yer verilmiştir.

Tablo 12: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Kütüphane WEB Sayfası Kullanma Sıklığı Değişkeni Bakımından Karşılaştırılması

Kruskal-Wallis	Grup	n	Sıra Ortalaması	sd	Ki-kare	p	Fark
Algılanan Hizmet Kalitesi	Günlük	11	253.95				
	Haftada Bir	43	214.14				
	Haftada Birden F.	41	183.55	5	8.17	0.14	
	Ayda Bir	148	201.44				
	Ayda Birden F.	59	174.97				
	Diğer	101	215.27				
Kullanıcı Memnuniyeti	Günlük	11	242.50				
	Haftada Bir	43	217.45				
	Haftada Birden F.	41	182.68	5	6.15	0.29	
	Ayda Bir	148	208.96				
	Ayda Birden F.	59	178.52				
	Diğer	101	202.38				

Tablo 12’ de algılanan hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinden elde edilen puanlar için uygulanan Kruskal Wallis Testi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların aldıkları puanların kütüphane WEB sayfasını kullanma sıklığı değişkenine göre istatistiksel olarak

anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Bu sonuçlara göre H8 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 13. Hipotez Kabul Red Tablosu

H1	Kabul	H2	Red
H1a	Kabul	H3	Red
H1b	Kabul	H4	Kabul
H1c	Kabul	H5	Red
H1d	Kabul	H6	Kabul
H1e	Kabul	H7	Red
H1f	Kabul	H8	Red
H1g	Kabul		

TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde bilgi ve teknoloji hizmetlerindeki üretim hızlılığı artmış ve üretim hızının artması bilgiye daha çabuk, kolay ve etkin ulaşımaya zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Nitekim bu doğrultuda bilgi üretiminin maksimum düzeyde olduğu yerlerden birisi de üniversite kütüphaneleridir. Bu yerlerin kullanıcılarının akademisyenler ve öğrenciler olması nedeniyle üniversite kütüphanelerinin hizmet kalitesinin ölçülmesi günümüzde daha sık karşılaşılan bir durumdur. Bu işletmelerde, hizmet kalitesi ile ilgili olarak ilk düşünülen sahip olunan koleksiyonun zenginlik durumu, teknolojik altyapının yeterlik durumu ya da kapsanan konuların çeşitlilik durumudur ancak, kütüphane hizmetlerini oluşturan diğer boyutlar da hizmet kalitesi ölçümünde aynı derecede öneme sahip olduğu bilinmektedir (Özgen ve Göker, 2016: 37). Bu nedenle bilgi hizmetleri kalitesi altında, diğer hizmetlerinde kalite durumunun değerlendirilmesi kullanıcıların memnuniyetinin sağlanması açısından daha sağlıklı olacaktır.

Kalite hizmet sonrası ortaya çıktığı ve her kullanıcının ihtiyacı farklı olduğu için kalite kavramı kullanıcıdan kullanıcıya değişebilmektedir. Bu da kalitenin değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Kalitenin değerlendirilmesi için Servqual ve Libqual ölçüm araçları olarak kullanılmaktadır. Servqual hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan en geniş ve en çok kabul gören ölçüm aracıdır, Libqual ise sadece kütüphaneler için tasarlanmıştır ve bu çalışmada kullanılmıştır. Bu çalışmada da Kütüphanelerde algılanan hizmet anlayışı ile müşteri

memnuniyeti arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmış ve Hasan Kalyoncu Üniversitesi Kütüphanesi örneği ile de çalışma desteklenmek istemiştir. Bu doğrultu da çalışmadan elde edilen sonuçlar şunlardır:

Katılımcıların hizmet kalitesi ölçeği ve kullanıcı memnuniyeti ölçeklerine verdikleri yanıtların ortalamalarının hesaplanması suretiyle yapılan betimsel analizler neticesinde, katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti seviyelerinin yüksek olduğu ifade edilebilmektedir.

Araştırma kapsamındaki değişkenlerin birbirleri ile ilişkilerini belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi neticesinde bütün değişkenin birbiri ile anlamlı ilişkisinin olduğu saptanmıştır. En güçlü ilişkinin hizmetin etkisi boyutu ile kullanıcı memnuniyeti arasında ($r=0,971$; $p<0,01$), en zayıf ilişkinin mekân olarak kütüphane boyutu ile bilgiye erişim boyutu arasında ($r=0,440$; $p<0,01$) olduğu belirlenmiştir.

Algılanan hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla, hem parametrik hem de parametrik olmayan yöntemlerle (kernel regresyon analizi) regresyon analizleri yapılmış ve her iki yöntemin sonuçları karşılaştırılmıştır. Yapılan regresyon analizleri neticesinde her iki yöntemde de algılanan hizmet kalitesi boyutlarının kullanıcı memnuniyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı etkilerinin olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte parametrik olmayan regresyon yönteminde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi ve bağımlı değişkendeki varyansı açıklama gücünün daha yüksek olduğu görülmüştür. İki yöntem arasındaki bu farklılığa, parametrik olmayan regresyon analizinde değişkenler arasındaki ilişkinin önceden belirlenmiş bir doğrusal fonksiyonla sınırlanmayarak esneklik sağlanmış olmasının sebep olduğu değerlendirilmektedir.

Literatürde hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti kavramlarının ele alındığı çalışmalarda söz konusu kavramların birbirleri ile ilişkili oldukları ve bu ilişkinin iç içe geçtiği görülmektedir. Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetinin öncülü olduğu çalışmalar olduğu

gibi müşteri memnuniyetinin hizmet kalitesinin öncülü olduğu çalışmalar da bulunmaktadır (Hernon ve Nitecki, 2001). Çoğu araştırmacı kalitenin hizmet firmaları için benzersiz önemini tartışmış ve müşteri memnuniyetiyle olumlu ilişkisini göstermişlerdir (Jainve Gupta, 2004). Literatürde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine yapılan çalışmalar, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini sağlamak için önemli olduğunu vurgulamıştır (Başar, 2015: 40). Cristobal (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kütüphane hizmet kalitesi ile müşterilerin memnuniyeti arasında anlamlı bir doğrudan bağlantı olduğunu bildirilmiştir. Wang ve Shien (2006) tarafından Chang Jung Christian Üniversitesi kütüphanesinde yapılan çalışmada da hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma neticesinde elde edilen bulguların kavramsal çerçevede ele alınan değişkenler arası ilişkilerle ve daha önce benzer konularda yapılan çalışma bulguları ile paralellik arz ettiği değerlendirilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, literatüre ve daha önceki çalışma sonuçlarına paralel bir şekilde, algılanan hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışma kapsamında katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesinin ve kullanıcı memnuniyetlerinin sosyo-demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, üniversitedeki yıl, fakülte, kütüphaneyi kullanma sıklığı ve kütüphanenin web sitesini kullanma sıklığı) farklılık gösterme durumları da incelenmiştir. Gerçekleştirilen fark analizleri neticesinde algılanan kalitenin katılımcıların hiçbir sosyo-demografik özelliğine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Kullanıcı memnuniyetinin ise eğitim durumu ve fakülteye göre anlamlı farklılık gösterdiği, diğer sosyo-demografik özelliklere göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Eğitim durumu açısından bakıldığında; kullanıcı memnuniyeti puanlarının lisans öğrencilerinde yüksek lisans ve diğer öğrencilerden yüksek; yüksek lisans öğrencilerinin diğer öğrencilerden yüksek; diğer öğrencilerin doktora öğrencilerinden yüksek; akademik personelin diğer öğrencilerden yüksek olduğunu saptanmıştır. Eğitim durumu

açısından verileri incelediğimizde katılım sayısına göre kullanıcı memnuniyetinin paralellik gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte eğitim durumuna göre memnuniyet düzeylerinin farklı olması kütüphanede yer alan materyal sayısından kaynaklandığı söylenebilir. Örneğin kütüphanede yer alan lisans bölümlerine yönelik materyaller yüksek lisansa yönelik materyallerden daha fazladır. Bu da farklılığın nedenlerinden biri olarak gösterilebilir.

Fakülte açısından bakıldığında ise; kullanıcı memnuniyeti puanlarının eğitim fakültesi öğrencilerinin meslek yüksekokulu öğrencilerinden yüksek; sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin hukuk ve iletişim fakültesi öğrencilerinden yüksek; meslek yüksek okulu öğrencilerinin hukuk, GSM, iletişim ve diğer fakülte öğrencilerinden yüksek; İİSB fakültesi öğrencilerinin meslek yüksek okulu ve diğer fakülte öğrencilerinden yüksek olduğu saptanmıştır. Fakülteye göre memnuniyetin farklılaşmasının sebebi kütüphanede bulunan kitapların bölümlere hitap etme oranı ile ilgili olabilir. Örneğin eğitim bölümüne yönelik kitap sayısı sağlık bölümüne yönelik kitap sayısından fazladır diğer yandan Bölümlerin doğaları gereği kütüphaneden faydalanabilme düzeyleri değişiklik gösterebilir. Örneğin hukuk bölümündeki bir öğrenci sessiz bir kütüphanede mevzuat okuyabilir ve bundan memnun kalabilir. Ancak mimarlık öğrencisi kütüphaneden ziyade rahat çizim yaparken ses çıkartabileceği bir yerde olmak isteyebilir. Katılımcıların fakültelerine baktığımızda çoğunluğun eğitim fakültesi ve hukuk fakültesi olduğunu görüyoruz. Kütüphanenin kaynaklarını incelediğimiz bu iki fakülteye yönelik kaynakların çoğunlukta olduğunu ve ödünç alınma sayısının fazla olduğu söylenebilir. Bu da farklılığın nedenlerinden olarak kabul edilebilir.

Araştırma sonuçlarına göre algılanan hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Şu halde kütüphane yöneticileri için ziyaretçilerinin memnuniyetleri üzerinde etkisi olabilecek hizmet kalitesini artırıcı hususların dikkate alınması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Yukarıda belirtilen araştırma sonuçlarından yola çıkılarak şu önerilerde bulunulabilir:

Kullanıcıların memnuniyetinin sağlanması açısından sadece bilgi hizmeti değil, gerekli diğer hizmetlerin verilmesini sağlamak ve kolaylaştırmak (kütüphane içerisinde internet ve bilgisayar, sesli ve görsel yayınlar, uluslararası ve bilimsel yayınlar, vs.).

Kültür yuvası işlevi gören kütüphaneler, hizmetin kalitesini arttırmaya odaklanmalı ve memnuniyet oranının yükseltilmesi için çalışmalarda bulunmalıdır.

Kütüphane yönetimini üstlenen kişiler, web üzerinden kütüphaneye erişim sağlayan kullanıcılara yönelik alt yapının daha sağlam bir hale getirilmesi için çabalamalıdır.

Hizmet kalitesi noktasında gerekli araştırmaların yapılması ve hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti kavramları ve aralarındaki ilişki üzerinde durulmuştur. Ancak müşteri memnuniyetinin sağlanması ve hizmetin kalitesinin ölçülmesi gerekmektedir. Bilhassa da bu konular üzerine akademik çalışma ve araştırmalara başlanmalıdır. Bu çalışma, özellikle kütüphanelerde hizmet kalitesi ölçümü konusunda ileriki yıllarda yapılacak çalışmalara literatür sağlayacaktır.

Bu çalışmadan elde edilen sonuçların genellenebilmesi amacıyla çalışmanın farklı bir örnekleme yapılması bir öneri olarak sunulabilir. Ayrıca literatürde hizmet kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti seviyelerini tespit etmek için değişik ölçekler bulunmaktadır. Başka bir çalışmada bu çalışmada kullanılan ölçeklerden farklı ölçekler de kullanılabilir. Bunun yanında, bu çalışmada algılanan hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yapılacak farklı bir çalışmada kullanıcı memnuniyeti üzerinde etkisi olan farklı değişkenler incelenebilir veya bu çalışmadaki modele farklı değişkenlerin de eklenmesiyle daha açıklayıcı sonuçlara ulaşılabilir. Ayrıca yine yapılacak farklı bir çalışmada, algılanan hizmet kalitesinin kullanıcı memnuniyeti dışında herhangi başka bir bağımlı değişken

üzerindeki etkisi de incelenebilir. Son olarak kesitsel olarak yürütülen bu çalışmadan farklı olarak boylamsal bir çalışma da yürütülebilir.

KAYNAKÇA

- Agho, A.O., Mueller, C.W. & Price, J.L. (1993). Determinants of employee job satisfaction: an empirical test of a causal model, *Human Relations*, 46 (8):1007-1027.
- Akbayrak, E. H., (2005), *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi'nde hizmet kalitesi ölçümü*, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi].
- Awara, N. F. & Anyadighibe, J. A. (2014). An appraisal of strategies and challenges of services marketing in a globalized business environment, *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 2(9):32-40.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme”, *BEÜ SBE Dergisi*, 7(1):231-274
- Barutçu, S. (2002). *Hizmet sektöründe müşteri bağlılığının önemi ve müşteri bağlılığını sağlanmasında ilişki pazarlamasının rolü: Banka işletmelerinde bir uygulama*, [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].
- Başar, B. (2015). *Kültür ve sanat faaliyetlerinde deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisi*, [Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Bayat, M., Baydaş, A. & Atlı, C. (2015). Hizmet sektörünün kavramsal tanımı ve ulusal ekonomilerdeki önemi, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9):59-88.
- Bayuk, N.M.(2004). *Müşteri sadakati ve bankacılıkta müşteri sadakatinde sosyo-kültürel ve psikolojik faktörlerin rolü*, [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi].
- Brink, A. & Berndt, A. (2008). *Customer relationship management and customer service (3rd editon)*, Lansdowne: Juta and Co. Ltd. 37.

- Çelik, A. & Uçak, N. (1993). Üniversite Kütüphaneleri Üzerine. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10 (2):115-121.
- Dagger, T. S. & Sweeny, J. C. (2006). The effect of service evaluations on behavioral intentions and quality of life, *Journal of Service Research*, 9(1): 3-18.
- Dale, B. G. Wiele, T. V. D. & Iwaarden, J. (2007). *Managing quality (5th edition)*, Blackwell Publishing, Oxford.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications, *European Journal of Marketing*, 18(4):36-45.
- Grönroos, C. (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: the marketing and organizational behavior interface, *Journal of Business Research*, 20(1):3-11.
- Kalidas, M. G. (2007). *Financial Services Marketing: A study on Marketing Practices of Banks in Kerala on Service Quality Dimensions*, [Master Thesis, University of Calicut].
- Keseroğlu, H. S. (2010). Bilginin bilgisi: kütüphane ve bilgibilim kuramı sorunsalı, [Elektronik Sürüm], *Türk Kütüphaneciliği*, 24 (4):685-704.
- Knowles, G. (2011). *Quality management (1st Edition)*, Bookboon.
- Koçoğlu, C. M. (2009). *Hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi ve beş yıldızlı bir otel işletmesinde uygulama*, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi].
- Kunts, P. & Lemming, J. (1996). *Managing service quality*. Paul Chapman Publishing Ltd.
- Levitt, T. (1986). *The marketing imagination*, Free Press.
- Libqual+TM Procedures Manual (2005) Association of Research Libraries: Washington, DC.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2007). *Services marketing, people, technology, strategy (6th edition)*, Pearson, Prentice Hall.

- Lovelock, C. H. & Yip, G. S. (1996). Developing global strategies for service business. *California Management Review*, 38 (2), 64-86.
- Mucuk, İ. (2017). *Pazarlama ilkeleri (20. Baskı)*, Türkmen Kitabevi.
- Palaima, T. & Banytè, J. (2006). Marketing service relationships: the relative role of service quality, *Engineering Economics*, 1(46): 83-94.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1994). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale, *Journal of Retailing*, 67(4):420.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1991). Understanding customer expectations of service, sloan management review, *Sloan Management Review*, 39-48
- Poll, R. & Boekhorst, P. (1996). *Measuring quality: International guidelines for performance measurement in academic libraries*. München: K. G. Saur.
- Rukancı, F. & Anameriç, H. (2004). Bilgi toplumu ve toplumun bilgilenmesinde kütüphanelerin rolü. *Kütüphaneciliğin Destanı Uluslararası Sempozyumu*, 21-24 Ocak 2004, Ankara.
- Sencer, M. (1989). *Toplumbilimlerde yöntem (üçüncü basım)*, Beta Yayınları.
- Singh, A. (2016). Service quality models: A gap study, Macrothink Institute, *Business and Economic Research*, 6(1):464-480.
- Sriram, V.P. (2014). *Measurement of service quality, customer satisfaction, behavioural intention among the organized retail stores with reference to selected cities of tamil nadu*, [Doctoral Thesis, Kalasalingam Academy of Research and Education].
- Stuart, F. I. & Tax, S. S. (August 1995, February 1996) Planning for service quality: an interactive approach, *Journal of Service Management*. 7(4):58-75
- Tabak, Y. (2009). Bilgi ve belge merkezlerinde hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik bir uygulama: Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesi örneği, [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].

Wilson, L. A. (1995). Building the user-centred library, *RQ*, 34(3):297-302

Ylikoski, T. & Järvinen, R. (2011). Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla.
(Customer Perceived Value Provides Competitive Advantage in Financial Sector),
FINVA, Helsinki

Zeithaml, V. A. Bitner, M. J. & Gremler, D.D. (2009). *Services marketing-integrating customer focus across the firm (7th Edition)*, McGraw- Hill, International Edition.