

G?da ??letmelerinde M?teri Memnuniyeti Anketi

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *G?da ??letmelerinde M?teri Memnuniyeti Anketi*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=22304>

Özet

Gıda İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Anketi, D. Akkaya tarafından 2003 yılında tamamlanan bir yüksek lisans tezi kapsamında geliştirilmiş özgün bir ölçektir. Bu anketin temel amacı, gıda sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde (restoranlar, kafeler vb.) müşterilerin hizmet deneyimlerinden ve sunulan ürünlerden duyduğu memnuniyet düzeyini bilimsel ve sistematik bir şekilde ölçmektir. Ölçek geliştirme çalışması, **Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü** bünyesinde gerçekleştirilmiştir.

Ölçek, gıda hizmeti kalitesini etkileyen kritik faktörleri (hizmet hızı, hijyen, ürün çeşitliliği, personel tutumu) tespit ederek, işletmelerin performansları değerlendirilmelerine olanak tanır. Yapılan geçerlik çalışması sonucunda, ölçeğin **müşteri memnuniyeti** yapısını temsil eden dokuz temel faktörden oluştuğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler

Müşteri Memnuniyeti, Gıda Sektörü, Hizmet Kalitesi, Ölçek Geliştirme, Tüketici Davranışları, Faktör Analizi, Tüketici Algısı.

Yazarlar

D. Akkaya

Amaç

Bu ölçeğin geliştirilmesindeki temel amaç, gıda işletmelerinin sunduğu hizmet ve ürünlerin, müşteri beklentilerini ne ölçüde karşıladığını ampirik verilerle saptamaktır. Ölçek, yöneticilere ve araştırmacılara, genel bir memnuniyet düzeyinin ötesinde, memnuniyeti oluşturan spesifik bileşenler hakkında detaylı bilgi sağlamaya hedefler.

Ölçek, gıda işletmelerinin rekabet avantajı elde etmesi ve hizmet standartlarını sürekli iyileştirmesi için bir teşhis aracı olarak tasarlanmıştır. Elde edilen veriler, işletmelerin stratejik kararlar almasına, personel eğitimlerini yönlendirmesine ve pazar taleplerine daha etkin yanıt vermesine olanak tanır. Bu, özellikle hizmet sektöründe müşteri memnuniyetini arttırmaya yönelik çabaların optimize etmek açısından önemlidir.

Yapı

Ölçek, gıda işletmeleri bakımında **müşteri memnuniyetinin** çok boyutlu psikolojik yapısını ölçmektedir. Memnuniyet, ürün kalitesi, servis kalitesi ve fiziksel çevre kalitesinin birleşimi olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu yapı, müşterinin işletme hakkında yaptığı genel değerlendirmeyi ve

gelecekteki davran?sal niyetlerini (tekrar ziyaret etme, tavsiye etme) etkileyen temel tutumlar? içerir.

Yap?, faktör analizi ile belirlenen dokuz temel alt boyuta ayr?lm??t?r. Bu alt boyutlar, g?da sektörüne özgü olarak, hijyen standartlar?, menü çe?itlili?i, bekleme süresi, fiyatlandırma alg?s? ve çal??anlar?n nezaketi gibi de?i?kenleri kapsamaktadır. Ölçek, bu de?i?kenler arac?l???yla m?terinin bili?sel ve duygusal tepkilerini yakalamay? amaçlamaktadır.

Geçerlik

Ölçe?in yap?sal geçerli?i, geli?tirme a?amas?nda **Karadeniz Teknik Üniversitesi**'nde yürüt?len çal??ma kapsam?nda Faktör Analizi ile incelenmi?tir. Yap?lan bu analizler, ölçek maddelerinin dokuz ayr? faktör (grup) alt?nda topland???n? göstermi?tir. Bu gruplar, m?teri memnuniyetini olu?turan ve teorik olarak beklenen temel bile?enleri temsil etmektedir.

Bu de?i?ken faktörler, g?da i?letmelerinde memnuniyeti sa?lamak için baz al?nan kritik unsurlard?r ve ölçe?in **yap? geçerli?ine** (construct validity) sahip oldu?unu dü?ündürmektedir. Ancak, detayl? istatistiksel geçerlik bilgileri (örne?in, aç?klanan varyans yüzdeleri) yay?mlanan özet kaynakta detayl? olarak sunulmam??t?r.

Güvenirlik

Ölçe?in geli?tirme çal??mas?na ait kaynak referansta, güvenilirli?e ili?kin spesifik istatistiksel katsay?lar (örne?in, **iç tutarlılık katsay?s?** veya test-tekrar test korelasyonlar?) belirtilmemi?tir. Bu nedenle, ölçe?in iç tutarlıl??? hakkında kesin bir yarg?ya varmak mümkün de?ildir.

Standart bir ölçek geli?tirme süreci göz önüne al?nd???nda, ara?t?rmac?n?n muhtemelen **Cronbach Alfa** katsay?s?n? hesaplad??? varsay?lmaktadır. Gelecekteki ara?t?rmalarda, bu ölçe?i kullanacak uygulay?c?lar?n kendi örneklemelerinde güvenilirlik analizlerini tekrarlamalar? ve sonuçlar? raporlamalar? tavsiye edilmektedir.

Faktör Analizi

Yap?lan faktör analizleri sonucunda, **G?da ??letmelerinde M?teri Memnuniyeti Anketi**'nin dokuz temel faktörden olu?tu?u tespit edilmi?tir. Bu faktörler, g?da i?letmeleri ba?lam?nda m?teri memnuniyetini tan?mlayan ve birbirinden nispeten ba??ms?z olan boyutlar? temsil eder.

Bu dokuz faktörlü yap?, memnuniyetin tekil bir skor yerine, hizmetin farklı yönlerinin m?teriler tarafından nasıl alg?land???n? ortaya koyan karma??k bir model sunar. Bu yap?, i?letmelerin hizmetlerini parçalara ay?rarak spesifik iyile?tirme alanlar?na odaklanmalar?n? sa?lar.

Araç

Test Türü: Geliştirme amaçlı anket tipi ölçek.

Format: Kaynakta derecelendirme tipi belirtilmemiştir. Ancak, sosyal bilimler anketlerinde yaygın olarak 5'li veya 7'li **Likert tipi derecelendirme** formatının kullanıldığı varsayılmaktadır.

Mevcut Dil: Türkçe.

Popülasyon Grubu: G?da hizmeti işletmelerinin (restoran, kafe, fast food vb.) müşterileri.

Yaş Grubu: Araştırmann yapıldığı dönemdeki örneklem özelliklerine bağlı olmakla birlikte, genellikle g?da hizmetlerini b?ms?z kullanabilen yetişkin popülasyon (18 ya? ve üzeri).

Popülasyon Detayları: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından desteklenen yüksek lisans tezi örneklemine dahil olan, Trabzon ve çevresindeki g?da işletmelerini ziyaret eden tüketiciler.

Test Metodolojisi: Uygulama, müşterilerin g?da işletmesindeki deneyimlerini değerlendirmeleri üzerine kuruludur. Genellikle kağıt-kalem veya dijital anket yoluyla uygulanır.

Anahtar Kelimeler

Tüketici Memnuniyeti, Hizmet Kalitesi Ölçümü, Yüksek Lisans Tezi, Ölçek Geliştirme, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Pazarlama Araştırması.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanıtıcıları: Belirtilmemiştir.

Kurum E-posta Adresleri: Belirtilmemiştir.

Yazın Adresi: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon (Tez Kaynağı).

Şinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 2003

Şinler ve Kullanım Hakkı: Ölçek, akademik bir çalışmada (yüksek lisans tezi) olarak geliştirilmiştir. Akademik çalışmalarda kullanımı için genellikle yazar D. Akkaya ve Karadeniz Teknik Üniversitesi'nden izin alınması gereklidir. Ölçeğin ticari amaçlarla kullanımı için özel bir lisanslama veya izin süreci gerekebilir.

Ücret: Ölçek, akademik camiada referans gösterilmek suretiyle ücretsiz olarak kullan?labilir; ancak ticari lisanslama bilgileri mevcut de?ildir.

Kaynaklar

Akkaya, D. (2003). *Mü?teri memnuniyeti ve g?da sektöründe bir ara?t?rma* (Yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Ölçe?in orijinal PDF belgesi kayna??m?zda mevcut de?ildir.

G?da ??letmelerinde Mü?teri Memnuniyeti Anketinin Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dilinde korunmal?d?r ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir.

Bu ölçe?in maddeleri (soru listesi), sa?lanan özet kaynak içerikte bulunmamaktadır. Ölçek maddelerinin tam ve do?ru listesine ula?mak için, D. Akkaya'n?n 2003 y?l?nda Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde sundu?u **Mü?teri memnuniyeti ve g?da sektöründe bir ara?t?rma** ba?l?kl? yüksek lisans tezinin tam metnine ba?vurulmas? gerekmektedir.