**Hizmet Sektörü Araştırmalarında Kullanılabilecek Yeni Ölçekler: Kontrol Ölçekleri (Ölçekler Bu Dokümanın Sonundadır)**

Kaynak: Koc, E. And Boz, H. (2017) . Development of Scales to Measure Customers' Willingness to Have Control and the Control Offered by Service Businesses. Ecoforum, 6. (3), 27-35.

|  |
| --- |
| **Ölçeklerin Kullanılabileceği Alanlar** |
| 1. Yönetim Organizasyon (Yönetim, Örgütsel Davranış, İnsan Kaynakları Yönetimi
 | 1. Pazarlama (Pazarlama, Tüketici Davranışı)
 |

|  |
| --- |
| **Ölçeklerin Kullanılabileceği Sektörler** |
| Turizm | Konaklama ve gastronomi | Sağlık |
| Bankacılık ve Sigortacılık | Perakendecilik | Enerji |
| İletişim (GSM) | Sigortacılık | Eğitim |
| Ulaşım ve Lojistik | Havayolu ve Havaalanı, Deniz İşletmeciliği | … diğer hizmet alt sektörleri |

|  |
| --- |
| **Ölçekler** |
| 1-Müşterilerin hizmet satın almaları ve tüketimlerinde kontrol etme isteği ölçeği | 2-Hizmet işletmesinin müşterilerine vermek istediği (verebildiği) kontrol seviyesi ölçeği |

|  |  |
| --- | --- |
|  **Geçerlilik Sonuçları** | **Güvenilirlik Sonuçları** |
| Çalışma kapsamında veriler kolayda örnekleme yöntemi ile anket kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin analizinde Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. DFA’nde maximum likelihood tahmin yöntemi kullanılmıştır. Geliştirilen her iki ölçeğe ait maddelerin faktör yükleri 0,44 ile 0,84 arasındadır. | Ölçeklerin güvenilirlik analizinde Cronbach’ın Alpha ve McDonalds’ın Omega değerleri kullanılmıştır.  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Tüketiciler için Kontrol Ölçeği** | **Hizmet İşletmeleri için Kontrol Ölçeği** |
| **Davranışsal****Kontrol** | **Karar Kontrolü** | **Bilişsel Kontrol** | **Davranışsal****Kontrol** | **Karar Kontrolü** | **Bilişsel Kontrol** |
| **Cronbach's Alpha** | 0,899 | 0,824 | 0,882 | 0,754 | 0,870 | 0,918 |
| **Mc Donald's Omega** | 0,925 | 0,872 | 0,916 | 0,809 | 0,903 | 0,944 |
| **Cronbach's Alpha** | 0,939 | 0,939 |
| **Mc Donald's Omega** | 0,940 | 0,956 |

|  |
| --- |
| **Örnek Çalışma / Araştırma Konuları (Kontrol ile ilişkili yapılabilecek ölçümler)** |
| Müşteri tatmin düzeyi  | Hizmet kalitesi algısı | İşletme performansı (performans karşılaştırmaları) |
| Segmentasyon | Konumlandırma | Hizmet tasarımı |
| Benchmarking | Rekabet avantajı | Risk algılaması |
| Müşterinin hizmete katılımı | Hizmet hatası ve telafisi | Marka imajı, marka sadakati |
| Satın alma niyeti | Çalışan memnuniyeti motivasyonu, adanmışlık vs. | ve diğer pek çok alan |

Açıklama: İnsan varoluşundan bugüne içinde bulunduğu ortamlardaki riski azaltma ve kontrolünü artırma çabası içinde olmuştur (Averill, 1973:286 Koc, 2016:109). Bunun temelinde insanoğlunun varlığını sürdürme ve kayıptan kaçınma güdüleri yer almaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979:263). Hizmetlerin soyutluk, ayrılmazlık ve heterojenlik gibi özellikleri somut ürünlere nazaran müşterilerin risk algılamalarının (fizyolojik/fiziksel risk, psikolojik risk/ego riski, sosyal risk, finansal/ekonomik risk, performans riski, zaman riski) göreceli olarak daha fazla olmasına olmaktadır (Namasivayam ve Hinkin, 2003:27; Koc, 2013:826).

**Ölçekler:**

**Ölçek 1 – Hizmet Müşterilerin Kontrol Etme İsteği Ölçeği**

|  |  |
| --- | --- |
| **Boyutlar** | **Items** |
| **Davranışsal Kontrol** | *Bir hizmet tatil, restoran, bankacılık, sağlık, telekomünikasyon vb. satın alırken istediğim an satın alma işleminden vazgeçebilmek benim için önemlidir.* |
| *Bir hizmetin beklentilerimi karşılaması ile ilgili şüphe duyduğumda satın alma işleminden vazgeçebilmek benim için önemlidir.* |
|  *Bir hizmeti satın alma işleminden vazgeçerken üzerimde herhangi bir baskı örneğin çalışanların olumsuz düşünce ve bakışları hissetmek istemem* |
|  *Bir hizmeti satın alırken satın alma sürecinin her aşamasında satın alma işleminden vazgeçebilmek benim için önemlidir.* |
|  *Bir hizmeti satın alırken hizmetle ilgili negatif kalite, beklenti bir düşünce oluştuğunda istediğim an satın alma işleminden vazgeçebilmek benim için önemlidir* |
|  *Biri hizmeti satın alırken hizmet personelinden yardım almamın beni o hizmeti satın almaya mecbur bırakmasını istemem* |
|  *Bir hizmeti satın alırken satın alma işleminden vazgeçtiğimde/caydığımda maddi bir zarara uğramak istemem* |
|  *Bir hizmeti satın aldıktan sonra ücretsiz iade imkânının olması satın alma kararım için önemlidir* |
|  *Bir hizmeti satın alırken satın alma işleminden vazgeçtiğimde/caydığımda uğrayacağım zararın minimum olmasını isterim* |
| **Karar Kontrolü**  |  *Başkasının etkisi olmadan kendim karar vererek satın aldığım hizmetler beni daha çok memnun eder* |
|  *Hizmet satın almak için bir hizmet işletmesine girdiğimde isteğim dışında personelin yardım etme teşebbüsünde bulunması beni rahatsız eder* |
|  *Hizmet personelinin bana önerdiklerinden ziyade kendi seçtiğim hizmeti satın almayı tercih ederim* |
|  *Satın alacağım bir ürün/hizmetin örneğin yiyecek benim isteğime özel olarak değişebilmesi beni mutlu eder* |
|  *Bir ürün/hizmeti satın alırken hizmet personelinin istemediğim halde beni yönlendirmeye çalışması beni rahatsız eder* |
|  *Bir hizmeti satın alırken hizmet personelinin istemediğim halde yanımda durması beni rahatsız eder.* |
|  *Bir hizmeti satın alırken hizmet personelinin yaptığı satış baskısı beni rahatsız eder* |
|  *Bir hizmeti satın alırken kendi seçtiğim hizmetleri hizmet personelinin önerdiği hizmetlerden daha çok beğenirim* |
|  *Kararımı başkaları etkilemeyeceği için self servis hizmetleri mümkün oldukça satın almayı tercih ederim* |
| **Bilişel Kontrol** |  *Bir hizmeti satın alırken ödeyeceğim fiyatını biliyor olmam kendimi rahat hissetmemi sağlar* |
|  *Bir hizmeti satın alırken ödeyeceğim fiyatını biliyor olmam satın alma kararımı olumlu etkiler* |
| *Bir hizmeti satın almadan önce net fiyat bilgisinin verilmiş olması benim için önemlidir* |
|  *Bir hizmeti satın aldıktan sonra hizmetle ilgili negatif sürprizlerle karşılaşma ihtimali beni tedirgin eder* |
|  *Bir hizmeti satın alırken hizmetin içeriği/kapsamı ile ilgili bilgilerin net olmaması beni rahatsız eder* |
|  *Bir hizmeti satın alırken hizmetle ilgili bilgilerin net olmaması hizmete karşı olan güvenimi azaltır* |
|  *Bir hizmeti satın aldıktan sonra ilave masrafların çıkma ihtimali beni rahatsız eder* |
|  *Ön ödemeli paket tatil, kontör hizmet satın alma işlemlerini daha sonra negatif sürprizlerle karşılaşmamı engelleyeceği için tercih ederim* |
|  *Hizmeti satın almadan önce aşırı bilgi yüklemesi olmadan sadece gerekli bilgilerin verilmesi benim için önemlidir* |
|  *Hizmeti satın almadan önce alacağım hizmet ile ilgili fiyat listesini görmem benim için önemlidir* |

**Ölçek 2 – Hizmet İşletmelerinin Müşterilerine Verdiği/Vermek İstedikleri Kontrol Düzeyi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Boyutlar** | **Items** |
| **Davranışsal Kontrol** |  *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alırken satın alma işleminden vazgeçtiğinde/aydığında müşteriye maddi yaptırımlar uygulamaz* |
|  *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alırken satın alma sürecinin her aşamasında satın alma işleminden vazgeçebilme imkânı sunmaktadır* |
| *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alırken maddi bir zarara uğramadan satın alma işleminden vazgeçme/ayma imkânı sunmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alma işleminden vazgeçtiğinde müşteri üzerinde herhangi bir baskıda (örneğin çalışanların olumsuz düşüne ve bakışları bulunmamaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi, sanal ortamda işlem yapabilme imkânı sunduğu için müşteriye vazgeçme/ayma imkânı sunmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi müşteriye hizmetle ilgili yeterli seçenekler sunmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi çalışanları, müşterilere satın alma ve tüketim tercihlerini yönlendirme konusunda baskı yapmaz* |
|  *(Hizmet işletmesi müşteriye hizmet içeriği ile ilgili çeşitli değişiklikler yapabilmesine imkân sunar* |
|  *(Hizmet işletmesi müşteriye çeşitli alternatifler sunarak onların karar vermelerine yardımı olmaktadır* |
| **Karar Kontrolü**  |  *(Hizmet işletmesi müşteriye, gereğinden fazla bilgi vererek müşteriyi rahatsız etmez* |
|  *(Hizmet işletmesi personeli, müşteri hizmeti satın alma kararı verirken sürekli onun etrafında durarak rahatsız etmez* |
|  *(Hizmet işletmesi müşterinin bir hizmeti satın aldıktan sonra negatif sürprizlerle karşılaşmaması için elinden geleni yapar* |
|  *(Hizmet işletmesi hizmet alımından öne müşteriyi hizmetin kapsamı ve detayları hakkında müşteriyi bilgilendirir* |
|  *(Hizmet işletmesi hizmetle ilgili doğabilecek belirsizlikleri öngörür ve bu konuda müşteriye hizmeti satın almadan öne bilgilendirme yapar* |
|  *(Hizmet işletmesinde sunulan hizmetlerin fiyatları açık/anlaşılır bir şekilde müşteriye sunulmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi hizmetin içeriği hakkında yeterli bilgiyi müşteriye sunar* |
|  *(Hizmet işletmesinde sunulan hizmetlerin fiyatları ve ödemeleri ile ilgili belirsizlik yoktur* |
|  *(Hizmet işletmesinden hizmet satın alan müşterilerin fiyat ile ilgili şüpheleri olmaz* |
| **Bilişel Kontrol** | Hizmet işletmesinden müşteriler hizmet satın aldıktan sonra ödeyecekleri üret ile ilgili endişeleri olmaz. |
|  *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alırken satın alma işleminden vazgeçtiğinde/aydığında müşteriye maddi yaptırımlar uygulamaz* |
|  *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alırken satın alma sürecinin her aşamasında satın alma işleminden vazgeçebilme imkânı sunmaktadır* |
| *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alırken maddi bir zarara uğramadan satın alma işleminden vazgeçme/ayma imkânı sunmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi, müşteri bir hizmeti satın alma işleminden vazgeçtiğinde müşteri üzerinde herhangi bir baskıda (örneğin çalışanların olumsuz düşüne ve bakışları bulunmamaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi, sanal ortamda işlem yapabilme imkânı sunduğu için müşteriye vazgeçme/ayma imkânı sunmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi müşteriye hizmetle ilgili yeterli seçenekler sunmaktadır* |
|  *(Hizmet işletmesi çalışanları, müşterilere satın alma ve tüketim tercihlerini yönlendirme konusunda baskı yapmaz* |
|  *(Hizmet işletmesi müşteriye hizmet içeriği ile ilgili çeşitli değişiklikler yapabilmesine imkân sunar* |
|  *(Hizmet işletmesi müşteriye çeşitli alternatifler sunarak onların karar vermelerine yardımı olmaktadır* |

Diğer Detaylar İçin:

Kaynak: Koc, E. And Boz, H. (2017) . Development of Scales to Measure Customers' Willingness to Have Control and the Control Offered by Service Businesses. Ecoforum, 6. (3), 27-35.