

PAPER DETAILS

TITLE: Zorunlu Egitim Süresinin İç Müsteri Görüşlerine Etkisi: İstanbul İli Örneği

AUTHORS: Onur TAYFUN,Fazil KIRKBİR

PAGES: 209-228

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1057419>

Zorunlu Eğitim Süresinin İç Müşteri Görüşlerine Etkisi: İstanbul İli Örneği

The Effect of Compulsory Education Period on Internal Customer Opinions:
Istanbul Province Case

Öz

Ülkemizdeki eğitim sistemi son yirmi yılda birçok kez değişmiştir. Bu değişiklikler çoğunlukla zorunlu eğitim süresini etkilemiştir. Eğitim sisteminde yapılan bu değişikliklerin eğitim kalitesi üzerindeki etkisine ve öğretmenlerin bu durumla ilgili görüşlerine dayanan bir çalışma bulunmamaktadır.

Bu araştırmanın amacı, öğretmenlerin zorunlu eğitim süresinden memnuniyetlerini ölçmektir. Bu bağlamda İstanbul ilinde öğretmenler üzerine bir çalışma yapılmıştır.

Çalışmanın veri toplama yöntemi ankettir. Yüz yüze ve online anketler aracılığıyla toplam 408 öğretmene ulaşılmıştır. Anketlerin analizinde frekans dağılımı, bağımsız t-testi ve tek yönlü ANOVA testleri kullanılmıştır.

Yapılan analizlerle elde edilen sonuçlar değerlendirilerek öneriler sunulmuştur.

Abstract

The education system in our country has been changed many times in the last twenty years. These changes mostly affected the compulsory education period. There is no study based on the effect of the changes made in the education system on the opinions of teachers about this situation.

The aim of this research is to measure the satisfaction of teachers for compulsory education. In this context, a study was conducted on teachers in Istanbul.

The data collection method of the study is the questionnaire. A total of 408 teachers were reached through face-to-face and online questionnaires. Frequency distribution, independent t-test and one-way ANOVA tests were used in the analysis of the questionnaires.

According to analyzes, the result obtained in terms of were evaluated and recommendations were made.

Giriş

Bir çok toplum eğitimin oldukça önemli bir konu olduğunu kabul etmektedir. Eğitim, başlangıçta insanın ailesi yanında temel becerilerini geliştirmesi iken daha sonra hayatta kalma becerilerini geliştirilmesi ile devam etmiştir. Günümüzde ise eğitim, daha sistemli ve toplumlara göre farklılıklar içeren yöntemler ile devam etmektedir.

Eğitim; ülkelerin gelişmişlik düzeylerini ve insanların yaşam standartlarını doğrudan etkilemektedir. Eğitim seviyesi yüksek bir toplumun gelir düzeyi ile refah düzeyi, bireye sunulan yaşam kalitesi yüksektir. Gelişmemiş toplumlarda ise, belli bir yaşa gelen bireylerin yeteneklerinin keşfedilmesini zorlaştırarak bireyin ve toplum standartlarını aşağıya çekmektedir.

Zorunlu eğitim tüm dünyanın kabul ettiği ve 10 Aralık 1948'de ki İnsan Hakları Beyannamesi ile herkese tanınmış olan bir haktır. Ülkemizde zorunlu eğitim 1997-1998 eğitim-öğretim yılına kadar 5 yıl olarak sürdürülmüş ve sonrasında 8 yıla çıkartılmıştır. 1997 yılında başlayan 8 yıllık zorunlu eğitim süresi 2012 senesinde yerini 12 yıllık zorunlu eğitim süresine bırakmıştır.

Onur Tayfun

Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İ.İ.S.B.F., Havacılık Yönetimi Bölümü,
otayfun@gelisim.edu.tr
Orcid: 0000-0001-7106-2717

Fazıl Kırkbir

Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bölümü,
fazil41@yahoo.com
Orcid: 0000-0002-8538-1353

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Zorunlu Eğitim, Müşteri Memnuniyeti, İç Müşteri

Keywords

Compulsory Education, Customer Satisfaction, Internal Customer

Bilgilendirme

Bu araştırma, birinci yazar tarafından 14/06/2019 tarihinde Karadeniz Teknik Üniversitesinde savunması yapılan "Zorunlu Eğitim Süresinin İç Müşteri Görüşlerine Etkisi: İstanbul İli Örneği" isimli tezden türetilmiştir.

Submitted: 19 / 04 / 2020

Accepted: 19 / 10 / 2020

Bu çalışmada öncelikle eğitim kavramı açıklanmış; örgün eğitim, yaygın eğitim ve zorunlu eğitim kavramlarından bahsedilmiştir. Daha sonra müşteri ve müşteri memnuniyeti kavramı açıklanarak müşteri memnuniyetinin öneminden bahsedilmiştir. Son olarak, zorunlu eğitim süresinin iç müşteri görüşlerine olan etkisi, zorunlu eğitim sisteminin iç müşterisi olan eğitimcilerin demografik özellikleri bakımından incelenmiştir. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi belirtilerek yöntemi açıklanmış araştırma sorusu belirlenmiş olup elde edilen sonuçların yorumlanması ve öneriler ile tamamlanmıştır.

1. Eğitim Kavramı

Bir çok konu gibi, eğitimin de birden fazla tanımı mevcuttur. Eğitime olan bakış açımızı geliştirmek için bu tanımların bazılarını değinmek önemli olacaktır. Fidan (2012: 4) eğitimi, "Eğitim en genel anlamıyla insanları belli amaçlarına göre yetiştirme sürecidir" olarak tanımlamıştır. Ergün (2015: 2) ise eğitimi, "Eğitim, insanın içinde var olan yatkınlıkları büyüme ve olgunlaşma sırasında uyarmak ve olumlu yönde desteklemektir" olarak tanımlamaktadır.

İnsan davranışında yetenek, karakter ve bilgi bakımından ilerlemek niyetiyle izlenen etkiler sistemidir (Başaran, 1978: 18).

Bu tanımlara göre eğitim, süreklilik gerektiren, bilinçli olan ve insan davranışlarını belli amaçlar doğrultusunda değiştirme sürecidir ve bu süreçte elde edinilen bilgi ve kabiliyet, yaşanan toplumun temel özellikleri ile kültürünü ortaya koyacaktır. Bu nedenle eğitim, toplumun temelini oluşturan uzun soluklu bir faktördür.

Eğitimin temelde iki kolu vardır. Ökten (2001)'e göre bunlar; "örgün eğitim ve yaygın eğitim" dir.

1.1. Örgün Eğitim

Örgün eğitim okul öncesini, ilköğretimi, ortaöğretimi ve yükseköğretimi kapsamaktadır. Örgün eğitim, kişilere öğrenim ve eğitim yaptırarak meslek kazandırmayı hedeflemektedir.

1.2. Yaygın Eğitim

Yaygın eğitim, örgün eğitim sistemi içerisine hiç dahil olmayan ya da belirli bir noktaya kadar bu sistem içerisinde bulunmuş olan kişilere gerekli bilgi, beceri ve davranışları kazandırmak adına bu kişilerin ilgi, istek ve yeteneklerini geliştirebilecekleri nitelikte, farklı süre ve düzeylerde yaşam boyu yapılan eğitim, öğretim, rehberlik ve uygulama faaliyetlerinin tamamıdır (Kıncal, 1999: 4).

1.3. Zorunlu Eğitim

Günümüzde, eğitim sürecinin bir kısmı tüm ülkelerde zorunludur.

Zorunlu eğitim hakkı, 10 Aralık 1948 tarihinde tanınmış olan İnsan Hakları Beyannamesi ile herkes için tanınmıştır (Kavak, 1998: 55).

20 Kasım 1959 tarih ve 1386 karar sayısı ile Birleşmiş Milletler, Çocuk Hakları Beyannamesini kabul etmiştir. Bu beyannameye göre çocuğun, en az ilköğretim düzeyinde parasız ve zorunlu eğitime hakkı tanınmıştır (Kavak, 1998: 55).

Ülkemizde ise, 1924 Anayasası ile, eğitim süresi 5 yıl olarak kabul edilmiş ve tüm vatandaşlar için zorunlu kılınmıştır. Bu kararlara göre, ilköğretimin ücretsiz, zorunlu olması, devlet tarafından takip edilmesi ve bu hakka her insanın sahip olduğu vurgulanmıştır.

2. Müşteri ve Müşteri Memnuniyeti

2.1. Müşteri Kavramı

Günümüzde işletmelerin faaliyetlerine devam edebilmelerinin temelinde müşteriler yatmaktadır. İşletmeler, üretilen mal ve hizmetlerin nihai tüketiciye ulaştırılması için bir çok strateji ve taktik geliştirmektedir. Bu strateji ve taktikler müşteri memnuniyetinin sağlanana kadar devam etmektedir.

Müşteriler işletmeler için, 1980'lerde Toplam Kalite Yönetimi (TKY) ve 1990'lı yıllarda da Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin (CRM) gelişmesi ile önem kazanmışlardır. (Akçakanat vd., 2015: 74).

İşletmelerin temel amacı kâr elde edebilmektir ve bu doğrultuda da ürettikleri mal ya da hizmetleri para karşılığında müşteriye satmak istemektedirler. Müşteri, bir mal ya da hizmeti satın almayı kabul eden kişi veya işletmelerdir. Eroğlu (2005)'na göre "müşteri, bir kurum ve kuruluşun

sunduğu ürün ve hizmetlerden doğrudan ve dolaylı olarak etkilenen kişileri kapsayan geniş bir kavramdır”.

Müşteriler, çoğunlukla birey ya da ailelerin oluşturduğu, üretilen ürün ya da hizmetin nihai tüketicisi olarak satın alım gerçekleştirebildiği gibi diğer işletmeler de müşteri olabilmektedir.

İşletmelerin müşterileri tanıması ve üretecek ürünleri kişiye özel üretilmesi için müşterileri gruplandırma ihtiyacı doğmuştur. Müşteriler bu kapsamda iç müşteri ve dış müşteri olarak iki grupta sınıflandırılır.

2.1.1. İç Müşteri

İç müşteri, mâl ya da hizmeti üreten işletmenin bir parçası olan ve işletmenin amaçlarını gerçekleştirmesi noktasında katkı sağlayan kişilerdir. Çalışan her birey, çalıştıkları sektör açısından birer iç müşteridir.

Üretimin her aşamasında, üretilen mâl elinden çıkaran kişi satıcıdır, ürünü satıcıdan alan birim ya da kişi ise müşteridir. İşletme faaliyetlerinin devamlılığında rol alan tüm birimler birbirlerinin müşterisidir. İşletme faaliyetleri sürecinde yer alan bütün birimler, yaptıkları işler ile diğer birimleri memnun etmesi, nihai müşterinin satın aldığı üründen memnun olmasına aracılık etmektedir.

2.1.2. Dış Müşteri

Dış müşteri, işletmeler tarafından üretilen mâl ve hizmetleri doğrudan tüketmek için satın alan kişi ya da kişilerdir.

Dış müşteriler, üretilen mâllar ve hizmetler arasından seçim yaparak satın alma işlemi gerçekleştirir. Bu satın alma işlemi sonucunda, müşteriler ihtiyaç ve beklentilerinin ne oranda tatmin edildiğine bağlı olarak mâl ya da hizmeti övebilir ya da şikayette bulunabilir. Satın aldığı mâl ya da hizmetten memnun olan nihai tüketicinin, satın aldığı mâla ya da işletmeye karşı sadakat beslenmesi sağlanarak, aynı satın alma işlemini tekrarlamasına yönlendirir. İşletmeler, dış müşterilerin övgülerini kazanarak, müşterileri olmayan insanları etkilemelerini arzularlar. Böylece işletmenin ihtiyacı olan ekonomik hareketliliğin sürekliliği sağlanır (Mucuk, 2012: 21).

Dış müşteriler, ürünün nasıl üretildiği ile değil fiyatı, kalitesi, ürünün kendisine sunulma biçimi ve satın alma işlemi sonrası hizmetler ile ilgilenirler.

2.2. Müşteri Memnuniyeti

İşletmelerin elde ettikleri müşterileri kaybetmemeleri ve yeni müşteriler kazanmak için uyguladıkları stratejiler temelde müşteri memnuniyeti ile ilgilidir. Müşterilerin memnuniyeti işletmelerin varlıklarını sürdürebilmelerindeki anahtardır.

Literatürde müşteri memnuniyetine yönelik pek çok tanım vardır..

Eroğlu (2005)'na göre “müşteri memnuniyeti, işletmelerin kârlılığını, cirolarını ve pazar paylarını etkileyen en önemli faktörlerden biridir”.

Müşterinin ürünü kullanması sonrasındaki ürüne yönelik bütün değerlendirmeleri bu kapsama dahil edilebilir (Yang ve Zhu, 2006: 678). Kotler (2000) “müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliğini, müşterilerin beklentileri ile elde ettikleri değerin karşılaştırılması sonucunda müşterinin hissettiği hoşnutsuzluk veya hayal kırıklığı” olarak tanımlamıştır.

Kotler ve Armstrong 2012 yılında yaptıkları bir çalışmada müşteri memnuniyetini “bir fiziksel mal ve hizmetin kullanımından sonra müşteri tarafından algılanan performansın, müşteri beklentilerini hangi ölçüde karşıladığı, memnuniyet ya da memnuniyetsizliğin belirleyicisi olmaktadır” şeklinde açıklamışlardır.

Müşterinin memnuniyetini en genel anlamda, ihtiyaçların ve beklentilerin satın alınan ürün ya da hizmet tarafından tatmin edilmesi olarak tanımlamak mümkündür.

2.3. Müşteri Memnuniyetinin Önemi

Günümüzde müşteri memnuniyeti yalnızca işletmeleri ya da yalnızca müşterileri ilgilendiren bir durum değildir. İki tarafında karşılıklı beklentilerinin olması müşteri memnuniyetini daha önemli bir konuma getirmiştir. Günümüz müşteri odaklı pazarlama anlayışında, müşteri memnuniyeti firmalar için son derece büyük önem arz etmektedir (Onurlubaş ve Şener, 2016).

2.3.1. Müşteri Memnuniyetinin Müşteri Açısından Önemi

Müşteriler açısından memnuniyet, satın alınan ürün ya da hizmete ödenen bedel ile doğrudan ilişkilidir. Müşteri, ödediği bedel karşılığında ürüne yönelik değerlendirme yapmaktadır.

Günümüzün pazarlama dünyasında müşteriler, satın almaya hazır kişiler değil, bireysel olarak ihtiyaç ve beklentileri olan kişilerdir. Bu ihtiyaçlar ile beklentilerini fark eden işletmeler, müşteriler açısından bir adım önde tutulmaktadır. Kendisine önem verildiğini hisseden müşteri, o işletmeye karşı kendisini duygusal olarak yakın hissetmektedir. Bu durum müşterileri, tekrar satın almaya yönlendirmektedir.

2.3.2. Müşteri Memnuniyetinin İşletmeler Açısından Önemi

Yüksek rekabet koşullarında fark yaratmak ve rakipler arasında öne çıkmak için müşteri memnuniyeti işletmeler açısından oldukça önem arz etmektedir. Buttle (1996)'a göre, müşteri tatmini işletmeler için pazar payını koruma konusunda bir gösterge olabilmektedir.

Müşteriler ile geliştirilen iyi ilişkiler, yeni geliştirilen ürün ya da teknolojiler gibi kolay taklit edilemezler. Müşteri ile işletme arasındaki iyi ilişkilerin taklidi maliyetli ve oldukça zordur.

Müşterilere sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesi, müşterilerin işletmeye karşı sadakat geliştirmesini sağlamaktadır. Bu durum ise müşterinin işletmeyi çevresine daha fazla tavsiye etmesine neden olmaktadır.

Sadık müşteriler yaratmak isteyen işletmeler, müşterilerini tanımalı, onları dinlemeli ve anlamalıdır. Ayrıca müşterilerinin şikâyetlerine değer vermeli ve bu şikâyetleri en hızlı biçimde çözüme ulaştırmalıdır. Bu noktada müşteri şikâyetleri, işletmeler açısından bir problem değil, önemli bir fırsattır. Pazarda son söz müşteriye aittir ve müşteri memnuniyeti merkezli bir işletme müşterilerine enerji, zaman ve para tasarrufu sağlamalıdır.

Sadık müşteri, her zaman işletmenin en kârlı müşterisidir ve daha fazla satın alma gerçekleştirir. Kendisi ile sıcak ilişkiler içerisine giren işletmelere karşı müşteriler, o işletme ile olan ilişkilerini sürdürme eğilimindedir.

İşletmeler açısından müşteri memnuniyetinin önemli olmasının bir nedeni de, memnun olmayan müşterinin, memnuniyetsizliğini çevresi ile paylaşarak diğer müşterileri etkileyebilme potansiyelidir.

2.3.3. Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Para ödeyerek satın alma işlemini gerçekleştiren müşteri, satın almış olduğu ürünün ihtiyaçlarını karşılama beklentisindedir. İhtiyaçlarının karşılanması ile tatmin olan müşteri işletmeye karşı pozitif duygular besleyebilmektedir.

Tüketicilerin memnun olup olmamasını etkileyen bir çok neden vardır. Müşteri beklentileri, algılanan kalite, algılanan değer, şikâyetler ve bu şikâyetler sonucunda sağlanan geri bildirimler, müşteri bağlılığı bu nedenleri oluşturmaktadır.

2.3.3.1. Müşteri Beklentileri

Müşterinin ürün ya da hizmetten umduğu performans, ürün ya da hizmetten beklentisidir. Spreng vd. (1996) yaptıkları bir çalışmada "beklentileri ürünün kalitesine veya gelecekteki performansına ilişkin inançlar" olarak tanımlamışlardır.

Müşteri bir ürünü satın alırken pek çok etkenden etkilenmektedir. Bu etkileşimlerin bir sonucu olarak satın alma kararı veren müşteri üzerinde ürüne yönelik bir beklenti oluşmaktadır.

Beklenti ve ihtiyaçlar kişiseldir ve bu durum işletmeler tarafından öngörülebilir. Bir müşterinin, bir bilgisayardan beklentisi iş hayatında kendisine fayda sağlamak olabileceği gibi bir başka müşterinin ise beklentisi piyasadaki grafik özellikleri yüksek bütün bilgisayar oyunlarını çalıştırması olabilir. Bu noktada işletme, müşterinin ihtiyaçları öngörerek ürünler geliştirmeli ve farklı beklentileri olan müşterilerin beklentilerini karşılamalıdır.

Müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini önceden tahmin ederek, beklentinin karşılanması ve hatta bu beklentinin üzerine çıkmak, müşterini tatminini sağlamanın yanında müşterinin yeniden satın almasını ve işletmeye sadakat beslemesine katkı sağlayacaktır.

2.3.3.2. Algılanan Kalite

Müşteriler işletme ile aralarında olan ilişkiye de değer vermektedir yani müşterilerin algılamış olduğu kalite ürün ve hizmete özel değildir. Müşterileri ile iyi ilişkiler kurmuş bir işletme, müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini anlayarak bu ihtiyaçlar ve beklentilere yönelik taktik ya da stratejiler geliştirebilir.

Algılanan kalite tüketicinin zihninde oluşan bir süreçten oluşmaktadır (Onurlubaş, 2018). Algılanan kalite tüketiciler için satın alma sebebini ortaya çıkarmakta ve markanın rakip markalardan farklılaşmasını sağlayarak tüketicilere değer yaratmaktadır (Keskin ve Yıldız, 2010: 241; Onurlubaş ve Yener, 2018). Algılanan kalite temelde, müşteri beklentilerinin, müşteri açısından tatmin edilme düzeyidir. Algılanan kalite, müşterilerin beklentileri ile doğru oranda ise müşteri tatmininin sağlanmasında olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Ancak algılanan kalite ile müşteri beklentileri arasında bir fark olması, müşterinin tatmin olmasına olumsuz bir etkisi olmaktadır.

Zeithaml (1988)'a göre algılanan kalitenin özellikleri şunlardır:

- Algılanan kalite, tarafsız veya reel kaliteden farklıdır.
- Algılanan kalite, bir ürüne özgü özelliklerden daha çok soyuttur.
- Algılanan kalite, müşterinin ürünü satın alma aşamasında diğer markaların da aralarında bulunduğu bir kümeden yaptığı değerlendirmedir.

2.3.3.3. Algılanan Değer

Şimşek ve Noyan (2009) algılanan değeri, "müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetlerin kalitesine göre fiyatı ve ödenen fiyata göre kalitesi hakkında yaptığı değerlendirmeleri içeren bir kavram" şeklinde açıklamışlardır.

Zeithaml (1988) algılanan değeri "verilenle alınan arasındaki farkın karşılaştırılmasıyla ortaya çıkan bir kavram" şeklinde açıklamıştır.

En genel biçimde ifade edecek olursak algılanan değer, fiyatla kalite arasındaki dengedir.

Bu tanımlara göre, müşteri satın aldığı ürünün ödediği fiyat ile harcadığı zamana değip değmediğine dair bir karşılaştırmasını yaparak üründen elde ettiği faydalar ile maliyetlerini kıyaslamaktadır. Şimşek ve Noyan (2009)'a göre, "tüketici, satın alma eyleminden sonra faydayı ya da maliyeti arttıracak bir deneyim yaşadığında, mal ya da hizmetin algılanan değeri de artmakta ya da azalmaktadır."

2.3.3.4. Müşteri Şikayetleri

Müşteri şikayetleri, işletmeler için son derece önemlidir. Memnuniyetsiz müşterilerin yalnızca %4'ü işletmeye geribildirimde bulunmaktadır (Barış, 2006: 54-55). Bu nedenle memnun olmayan müşterilerin şikayetlerini 25 kat olarak değerlendirmek mantıklı olacaktır (Alabay, 2012: 138). Memnuniyetsizliğini dile getirmeyen müşteriler çoğunlukla işletmeyi terk etmektedir. Bu nedenle, şikayette bulunan %4'lük kesim eğer şikayet yönetimi doğru yapılırsa geri kazanılabilmektedir.

Şikayetler aslında işletmeler için birer fırsattır. Şikayeti ürünün üretim sürecine dahil ederek tekrar ortaya çıkmasını engelleyebilmektedir.

Şikayetler işletme açısından ve müşteri açısından bakıldığında farklılıklar göstermektedir. İşletmeler açısından bakıldığında, şikayetin konusu ürünün üretiminde olan bir problemdir. Ancak müşteri için şikayetin nedeni, beklentilerinin karşılanamamasıdır.

İşletmelerin şikayetleri ciddiye alarak çözmeye çalışması, müşterilerin işletmeye bakışını olumlu anlamda etkileyebilmektedir.

2.3.3.5. Müşteri Bağlılığı

Geçmişte pazarlamada asıl olan üretirken günümüzde müşteriler, işletmeler arasında hayati bir öneme sahiptir. Pazarlamanın yaşadığı bu tarihsel değişim, günümüzde müşteriler içinde geçerlidir.

Müşterilerin istekleri ve ihtiyaçlarının değişmesinin yanında artık beklentileri de yükselmiştir. Bu durum, işletmelerin müşterileri tatmin etmek ve müşteri sadakatini sağlamalarını daha da zorlaştırmıştır.

2.3.4. Müşteri Memnuniyetinin Ölçümü

Günümüzde müşteri memnuniyeti, işletmelerin kârlılık düzeylerini doğrudan etkileyen kriterlerden birisi haline dönüşmüştür. Bu sebeple müşteri memnuniyetinin ölçülebilmesi işletmeler için oldukça önemli bir hâl almıştır. Müşteri memnuniyetinin ölçülmesi genel olarak, nihai tüketici ile mal ve hizmetleri üreten işletme arasındaki deneyimler olarak tanımlanabilir.

Müşteri memnuniyetinin ölçülmesinin yöntemleri; fokus grup görüşmeleri, anket tekniği, danışma panelleri ve kritik olay teknikleridir.

2.3.4.1. Fokus Grup Görüşmeleri

Fokus grup görüşmeleri katılımcı gruplarıyla yapılan ve katılan tüm kişileri ilgilendiren bir araştırma modelidir. Bu modelde katılımcıların duyguları, düşünceleri, istekleri gibi değişkenlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Çoğunlukla mal ya da hizmeti deneyimlemiş kişiler bu görüşme gruplarında yer almaktadır. Tüketicinin istediği değişiklikler ya da geliştirmeler bu görüşmeler sonunda ortaya çıkmaktadır.

Bir beyin fırtınası ortamının yaratılmış olması fokus grup görüşmelerinin en önemli avantajıdır. Bir diğer avantajı ise, katılımcıların işletmeye ya da mal veya hizmete olan tutumlarının değil, deneyimlerine göre hareket etmeleridir.

Görüşme süresince katılımcılara, birebir görüşmelere nazaran, daha az zaman verilmesi fokus grup görüşmelerinin en önemli dezavantajını oluşturmaktadır.

İdeal bir fokus grup araştırmasında en az 3 fokus grup olmalı ve bu gruplar en az 6, en fazla 12 kişiden oluşmalıdır (İftar, 2004: 3)

2.3.4.2. Anket Tekniği

Anket tekniği, müşterilerin tatmin düzeylerini belirlemek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem ile işletmelerin yapacağı kampanyaların çeşidi, süresi ve yoğunluğu tespit edilebilmektedir. Mahmadaliev (2017) anket tekniği ile, müşterilerin değişen ihtiyaç ve beklentilerine karşılık verme fırsatı oluşturmak ve uygulanmakta olan fiyat politikaları hakkındaki görüşleri belirlemenin kolay olduğunu belirtmiştir.

2.3.4.3. Danışma Panelleri

Panel, önceden belirlenmiş bir konu hakkında katılımcılara uzmanlar aracılığıyla bilginin aktarılmasıdır. Paneller sürekli ve süreksiz paneller şeklinde iki biçimde yürütülür (Burucuoğlu, 2011: 22). Sürekli panellerde ağırlıklı olarak satın alma davranışı üzerinde durulmaktadır. Bilgi akışında süreklilik sağlaması sürekli panellerin en önemli avantajını oluşturmaktadır.

2.3.4.4. Kritik Olay Tekniği

Burucuoğlu (2000) Kritik olay tekniğini, “müşterilerin ya da çalışanların kritik nitelik taşıyan işler ya da olaylar karşısındaki davranışlarının değerlendirildiği bir yöntem” olarak tanımlamıştır. Bu teknik, insan davranışlarını gözlemlemek amacıyla kullanılan bir süreci içinde barındıran sınıflandırma yöntemidir (Odabaşı, 2000: 157).

3. Araştırma Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Zorunlu eğitimin temel amacı, kişinin kendi kişiliğine ve yeteneğine uygun bir mesleği seçmesi ve bu meslek ile kendisini bütünleştirmesidir. Bu noktada zorunlu eğitim, kişinin hem kendisini hem de yeteneklerini ortaya çıkarması noktasında öğretmenler aracılığı ile bir takım faaliyetlerde bulunmaktadır.

Eğitim sistemlerinde gerçekleştirilen değişiklikler öğretmen, öğrenci ve ebeveynlerin eğitime olan görüşlerini etkilemektedir.

Eğitim öğretim kalitesi, öğrencilerin okula olan ilgileri, sınıf geçmenin kolaylaşması bu görüşlerin bazılarıdır.

Bu araştırmanın amacı, İstanbul ilinde öğretmenlik görevini sürdüren kişilerin, zorunlu eğitim süresine dair görüşlerini tespit etmektir. Literatürde öğretmenler üzerine gerçekleştirilmiş böyle bir çalışmanın yapılmamış olması, çalışmayı alanında özgün kılmaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın veri toplama aracı ankettir. Anket, katılımcılarla birebir görüşme ve çevrimiçi anket formu aracılığıyla ulaştırılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu Kılıç (2017)'in Türkiye’de Zorunlu Eğitim Süresinin Hizmet Sektörüne Etkisi: Trabzon Sanayisi Örneği isimli yüksek lisans tezinde kullanmış olduğu anket formundan uyarlanmıştır.

Hazırlanan anket formu, ilk etapta 15 öğretmene uygulanmış ve öğretmenlerin geri dönüşleri sonucunda düzeltmeler yapılarak son halini almıştır.

Anketin ilk bölümünde cinsiyet, yaş, mesleki deneyim süresi, öğretmenlik branşları, mezun oldukları üniversite ile zorunlu eğitim süresinin kaç yıl olması gerektiğini düşündüklerini içeren kişisel bilgilere yönelik sorular sorulmuştur.

İkinci bölümde ise öğretmenlere zorunlu eğitim süresinin uzun veya kısa olmasının neden olduğu 15 yargıya 5'li likert ölçeği aracılığı ile katılıp katılmadıkları sorulmuştur.

Hazırlanan likert ölçeğinde 1- kesinlikle katılmıyorum, 2- katılmıyorum, 3- katılıp katılmama oranım eşit, 4- katılıyorum ve 5- kesinlikle katılıyorum ifadelerine karşılık gelmektedir.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, İstanbul ilinde öğretmenlik görevini yürüten bireylerdir. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır ve toplam örnek hacmi 408'dir. Sonuçlar örneklem için geçerlidir, ana kütleye genellenemez ancak ana kütle hakkında bilgi verebilir.

3.3.1. Örneklem Süreci ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın örneklemi İstanbul ili Esenler ilçesinde bulunan Ressam Şevket Dağ İlköğretim Okulu, İbrahim Turhan Anadolu Lisesi, İbrahim Turhan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Esenler Kültür Temel Lisesi, Atışalanı Anadolu Lisesi, Bakırköy ilçesinde bulunan Bakırköy Güzel Sanatlar Lisesi, Bakırköy Anadolu Lisesi, Bakırköy Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Güngören ilçesine bağlı Güngören Erdem Bayazıt Anadolu Lisesi'nden toplam 301 öğretmen ile online olarak Google formlardan oluşturulan ankete katılım sağlayan 107 öğretmen oluşturmaktadır. Toplam örnek hacmi 408'dir.

Oluşturulan anket formu katılımcılara 01.03.2019 – 01.04.2019 tarihleri arasında uygulanmıştır.

3.4. Araştırma Sorusu

Araştırmada, zorunlu eğitim süresinin iç müşteri görüşlerine etkisini, eğitim sektöründe görev alan çalışanların demografik özelliklerine göre görüşlerini ortaya çıkarabilmek amacıyla araştırma sorusu aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- Zorunlu eğitim süresinin iç müşteri görüşlerine göre farklılıkları nelerdir?

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma için elde edilen verilerin analizine araştırmanın güvenilirliğine ait sonuçlar ile başlanacaktır. Sonra araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine göre dağılımlarına ve zorunlu eğitim süresinin kaç yıl olması gerektiğine dair düşüncelerine yer verilecektir. Ardından ankette bulunan yargılara verilen cevapların frekans tabloları verildikten sonra araştırma sorusu test edilerek araştırmaya ait verilerinin analizi sonlanacaktır.

3.5.1. Araştırmanın Güvenilirliği

Araştırma için uygulanan anket formunun güvenilirliğini görmek amacıyla Cronbach's Alpha testinden faydalanılmıştır. Tablo 1'te görüldüğü gibi Alpha değeri ,947 olarak hesaplanmıştır. Bu değer araştırma sonuçlarının son derece güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonucu

Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
0,947	15

3.5.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekanslar	Yüzdelere
Kadın	280	68,6
Erkek	128	31,4
Toplam	408	100,0

Araştırmaya katılan 408 kişiden 280'i kadın, 128'i ise erkektir. Katılımcıların %68,6'sını kadınlar, %31,4'ünü ise erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Yaş Frekansı Tablosu

Yaş	Frekanslar	Yüzdelere
26 ve altı	57	14,0
27 - 34	171	41,9
35 - 42	104	25,5
43 - 49	55	13,5
50 ve üzeri	21	5,1
Toplam	408	100,0

Çalışmaya katılan öğretmenlerin %41,9'u 27-34 yaş aralığındadır, en az katılım ise %5,1 ile 50 yaş ve üzeri öğretmenler tarafından sağlanmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Deneyim Frekansı

Deneyim	Frekanslar	Yüzdelere
0-7 yıl: yalnızca 12 yıllık sistem	184	45,1
8-15 yıl : 8 ve 12 yıllık sistem	132	32,4
+15 yıl: 5, 8 ve 12 yıllık sistemler	92	22,5
Toplam	408	100,0

Buna göre katılımcıların %45,1'i son 7 yıl içerisinde öğretmenlik görevine başlamış ve yalnızca 12 yıllık zorunlu eğitim sisteminde görev almıştır. Katılımcıların %32,4'ü ise hem 8 yıllık hem de 12 yıllık zorunlu eğitim sistemlerinde görev almışlardır. %22,5'lik kesim ise 5 yıl, 8 yıl ve 12 yıllık sistemlerde görev almışlardır.

Tablo 5. Katılımcıların Branş Dağılımı

Branş	Frekanslar	Yüzdelere
Yabancı Dil	44	10,8
Rehberlik	13	3,2
Sınıf	85	20,8
Görsel Sanatlar	7	1,7
Din Kültürü ve Âhlâk Bilgisi	22	5,4
Coğrafya	21	5,1
Fen Bilgileri	54	13,2
Matematik	49	12,0
Teknik Branşlar	7	1,7
Tarih	25	6,1
Türk Dili ve Edebiyatı	42	10,3
Felsefe Grubu	12	2,9
Müzik	5	1,2
Sosyal Bilgiler	7	1,7
Bilgisayar	5	1,2
Beden Eğitimi	10	2,5
Toplam	408	100,0

Çalışmaya 16 farklı branştan öğretmen katılım sağlamıştır. Fizik, Kimya, Biyoloji ve Fen Bilimleri öğretmenleri Fen Bilimleri branşı adı altında, Sosyoloji, Psikoloji, Felsefe ve Mantık branşları da Felsefe Grubu branşı altında tek başlıkta toplanmıştır.

Çalışmaya katılan öğretmenlerin %20,8'i sınıf öğretmenidir. En az katılım ise %1,2 ile Bilgisayar ve Müzik branşlarında sağlanmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların Mezun Oldukları Üniversite Dağılımı

Üniversite	Frekanslar	Yüzdelere
Anadolu	27	6,6
Karadeniz Teknik	16	3,9
Sakarya	9	2,2
Hayat Mustafa Kemal	3	,7

Firat	4	1,0
İstanbul Aydın	4	1,0
Trakya	18	4,4
Marmara	32	7,8
Kastamonu	3	,7
Dokuz Eylül	14	3,4
Abant İzzet Baysal	9	2,2
Dicle	7	1,7
Atatürk	13	3,2
Uludağ	14	3,4
Niğde	8	2,0
Kocaeli	7	1,7
Cumhuriyet	4	1,0
Hacettepe	6	1,5
Ankara	8	2,0
İstanbul	40	9,8
Çanakkale 18 Mart	12	2,9
Gazi	19	4,7
Amasya	3	,7
Celal Bayar	3	,7
Pamukkale	9	2,2
Ondokuz Mayıs	12	2,9
Orta Doğu Teknik	4	1,0
Selçuk	14	3,4
Beykent	1	,2
Akdeniz	1	,2
Yıldız Teknik	6	1,5
Mimar Sinan	4	1,0
İstanbul Kültür	1	,2
Yüzüncü Yıl	4	1,0
Giresun	5	1,2
İstanbul Teknik	2	,5
Şeyh Edebali	2	,5
Kafkas	4	1,0
Mehmet Akif Ersoy	2	,5
Balıkesir	6	1,5
İnönü	5	1,2
Süleyman Demirel	3	,7
Ege	3	,7
Afyon Kocatepe	1	,2
Erciyes	6	1,5
Kırıkkale	2	,5
Çukurova	5	1,2
Kırklareli	2	,5
Karabük	2	,5
Recep Tayyip Erdoğan	1	,2
Kilis 7 Aralık	1	,2
Muğla Sıtkı Kocaman	3	,7
Adnan Menderes	1	,2
Necbettin Erbakan	3	,7
Çankaya	1	,2
Eskişehir Osmangazi	1	,2
Hitit	1	,2
Harran	1	,2
Dumlupınar	1	,2

Gaziantep	1	,2
Bayburt	1	,2
Muş Alparslan	1	,2
Adıyaman	1	,2
Gaziosmanpaşa	1	,2
Toplam	408	100

Çalışmaya katılım sağlayan öğretmenler 64 farklı üniversiteden mezun olmuşlardır. %9,8 ile en çok mezun olunan üniversite İstanbul Üniversitesi'dir. İstanbul Üniversitesi'ni %7,8 ile Marmara Üniversitesi takip etmektedir. Bu iki üniversitenin toplam mezun sayısı 72'dir ve araştırmaya katılan öğretmenlerin %17,6'sını oluşturmaktadırlar.

3.5.3. Zorunlu Eğitim Süresinin Kaç Sene Olması Gerektiğine Dair Görüşleri

Araştırmaya katılan öğretmenlere zorunlu eğitim süresi kaç sene olmalıdır diye sorularak bu konudaki görüşleri alınmıştır.

Tablo 7. Öğretmenlerin Zorunlu Eğitim Süresine Dair Görüşleri

Zorunlu Eğitim Süresi	Öğretmenlerin Görüşleri
Karşıyım	1,0
1	,2
3	,2
4	1,0
5	16,9
6	1,0
7	,2
8	48,0
9	3,7
10	4,9
11	5,6
12	14,5
13	1,7
15	,2
16	,5
Düşünmedim	,2
Toplam	100,0

Tablo 7'de görüldüğü gibi katılımcıların %1'i eğitimin zorunlu olmasını desteklemez iken 1 öğretmen bu konuda hiç düşünmediğini belirtmiştir. Katılımcıların %48'i zorunlu eğitim süresinin 8 sene olmasını düşünmektedir. %16,9'luk kesim zorunlu eğitim süresinin 5 sene olması gerektiği fikrine sahipken %14,5'lik bir kesim ise zorunlu eğitimin 12 yıl olmasını düşünmektedir.

3.5.4. Anket Sorularına Dair Frekans Dağılımları

Araştırmaya katılan 408 öğretmenin zorunlu eğitim süresi ile ilgili 15 yargıya ait frekans dağılımları soruldukları sırayla incelenmiştir.

Tablo 8. "Zorunlu Eğitim Süresinin Uzun Olması, Verilen Eğitimin Basitleşmesine Sebep Olmaktadır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	64	15,7
Katılmıyorum	43	10,5
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	51	12,5
Katılıyorum	82	20,1
Kesinlikle Katılıyorum	168	41,2
Ortalama: 3,61; Standart Sapma: 1,49		

Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu zorunlu eğitim süresinin uzun olmasının, verilen eğitimi basitleştirmesine neden olduğunu düşünmektedir. Bu yargıya katılanların oranı %61,3 iken, %26,2'lik kesim ise böyle bir düşünceye sahip değildir.

Tablo 9. “Zorunlu Eğitim Süresinin Uzun Olması, Verilen Eğitimin Gerçek Hayatta Kullanılamamasına Sebep Olmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	49	12,0
Katılmıyorum	52	12,7
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	65	15,9
Katılıyorum	93	22,8
Kesinlikle Katılıyorum	149	36,5
Ortalama: 3,59; Standart Sapma: 1,39		

Katılımcıların %59,3'ü zorunlu eğitim süresinin uzun olmasının verilen eğitim gerçek hayatta kullanılamamasına sebep olduğunu düşünmektedir. Bunun aksine %24,7'lik kesim ise bu yargıya katılmamaktadır.

Tablo 10. “Zorunlu Eğitim Süresinin Uzun Olması, Zeki Kişilerin Körelmesine Sebep Olmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	65	15,9
Katılmıyorum	61	15,0
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	75	18,4
Katılıyorum	69	16,9
Kesinlikle Katılıyorum	138	33,8
Ortalama: 3,38; Standart Sapma: 1,47		

Zorunlu eğitim süresinin uzun olması, zeki kişilerin körelmesine sebep olmaktadır yargısına katılımcıların %50,7'si katılmaktadır. %30,9'luk kesim ise bu yargıya katılmamaktadır.

Tablo 11. “Zorunlu Eğitim Süresinin Uzun Olması, Yüksek Eğitim Gerektirmeyen Meslekleri Yerine Getirecek Eleman Bulunamamasına Sebep Olmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	31	7,6
Katılmıyorum	33	8,1
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	47	11,5
Katılıyorum	84	20,6
Kesinlikle Katılıyorum	213	52,2
Ortalama: 4,02; Standart Sapma: 1,28		

Katılımcıların %72,8'lik kesimi zorunlu eğitim süresinin uzun olmasının, yüksek eğitim gerektirmeyen meslekleri yerine getirecek eleman bulunamamasına sebep olduğu yargısına katılmaktadır. %15,7'lik kesim ise bu yargıya katılmamaktadır.

Bu yargıya katılımın çok yüksek olması öğretmenlerin yüksek eğitim gerektirmeyen meslekleri yerine getirecek eleman bulunamamasına sebep olduğunu düşündüklerini net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Yüksek eğitim gerektirmeyen meslekleri, son yıllarda ülkemize gelen Suriyeli mültecilerin ucuz iş gücü nedeniyle yerine getirdiği göz önüne alındığında durumun ciddiyeti gözler önüne çıkmakta ve öğretmenlerin bu yargıya yüksek oranda katılma nedenlerini açıklamaktadır.

Tablo 12. “Zorunlu Eğitim Süresinin Kısaltması ile Kişilerin Erken Yaşta Meslek Sahibi Olmaları İşsizliğin Azalmasına Sebep Olacaktır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	37	9,1
Katılmıyorum	47	11,5
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	62	15,2
Katılıyorum	97	23,8

Kesinlikle Katılıyorum	165	40,4
Ortalama: 3,75; Standart Sapma: 1,33		

Ankete katılan öğretmenlerin %64,2'si zorunlu eğitim süresinin kısaltması ile kişilerin erken yaşta meslek sahibi olmaları işsizliğin azaltmasına sebep olacaktır yargısına katılmaktayken %20,6'lık kesim bu yargıya katılmadıklarını belirtmiştir. Buna göre öğretmenlerin yarısından fazlası zorunlu eğitim süresinin uzun olmasının işsizliğin artmasına neden olduğu tespitini yapmıştır.

Tablo 13. "Zorunlu Eğitim Süresinin Uzun Olması, Hizmet İşletmelerinde Yetişmiş Eleman Yetersizliğine Sebep Olmaktadır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	31	7,6
Katılmıyorum	46	11,3
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	61	15,00
Katılıyorum	106	26,0
Kesinlikle Katılıyorum	164	40,2
Ortalama: 3,80; Standart Sapma: 1,28		

Zorunlu eğitim süresinin uzun olması, hizmet işletmelerinde yetişmiş eleman yetersizliğine sebep olmaktadır yargısına katılımcıların %66,2'si katıldıklarını belirtmişlerdir. %18,9'luk kesim ise bu yargıya katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 14. "Sınıfta Kalmanın Az Olduğu Bir Eğitim Sistemi, Kişilerin Bilinçsiz Meslek Seçmelerine Sebep olmaktadır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	20	4,9
Katılmıyorum	18	4,4
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	34	8,3
Katılıyorum	91	22,3
Kesinlikle Katılıyorum	245	60,0
Ortalama: 4,28; Standart Sapma: 1,10		

Katılımcıların çok büyük bir bölümü sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sistemi, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine sebep olmaktadır yargısına katıldıkları belirtmiştir. Bu yargıya katılanların oranı %82,3 iken, yalnızca %9,3'lük kesim bu yargıya katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 15. "Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Eğitimin Kalitesi Azalmaktadır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	45	11,0
Katılmıyorum	41	10,0
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	50	12,3
Katılıyorum	72	17,6
Kesinlikle Katılıyorum	200	49,00
Ortalama: 3,84; Standart Sapma: 1,40		

Araştırmaya katılan öğretmenlerin %66,6'sı zorunlu eğitim süresinin artmasının eğitim kalitesini azalttığını düşünmektedir. %21'lik kesim ise bu görüşe katılmamaktadır. Tablo 8'daki zorunlu eğitim süresinin uzun olması, verilen eğitimin basitleşmesine sebep olduğuna yönelik yargı ile sonuç olarak benzerlik göstermektedir. Tablo 8'daki yargıya katılım oranı %61,3 iken, Tablo 15'de zorunlu eğitim süresi arttıkça eğitim kalitesi azalmaktadır yargısına katılanların oranı %57,6'dır.

Tablo 16. “Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Öğrencilerin Okula/Eğitime Karşı İlgileri Azalmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	34	8,3
Katılmıyorum	30	7,4
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	37	9,1
Katılıyorum	89	21,8
Kesinlikle Katılıyorum	218	53,4
Ortalama: 4,05; Standart Sapma: 1,29		

Katılım sağlayan öğretmenlerin %75,2’si, zorunlu eğitim süresinin artmasıyla öğrencilerin eğitime/okula karşı ilgilerinin azalmakta olduğu yargısına katılmaktadır. Katılımcıların yalnızca %15,7’si bu yargıya katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 17. “Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Eğitim ve Öğretimin Kalitesi Azalmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	45	11,0
Katılmıyorum	46	11,3
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	40	9,8
Katılıyorum	86	21,1
Kesinlikle Katılıyorum	191	46,8
Ortalama: 3,81; Standart Sapma: 1,40		

Katılımcıların %67,9’u zorunlu eğitim süresinin artmasının eğitim ve öğretim kalitesini azalttığını belirtmiştir. Bu görüşün aksini düşünenlerin çalışmaya katılım oranı %22,3’tür.

Tablo 8’deki zorunlu eğitim süresinin uzun olması verilen eğitimin basitleşmesine sebep olmaktadır ve Tablo 15’deki zorunlu eğitim süresi arttıkça, eğitimin kalitesi azalmaktadır yargılarına dair katılım sonuç itibari ile tutarlılık göstermektedir. Tablo 8’de katılım oranı %61,3 iken Tablo 15’de %66,6’dır.

Tablo 18. “Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Öğretmenlerin Öğrencilerden Memnuniyeti Azalmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	41	10,0
Katılmıyorum	41	10,0
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	50	12,3
Katılıyorum	85	20,8
Kesinlikle Katılıyorum	191	46,8
Ortalama: 3,84; Standart Sapma: 1,37		

Katılımcıların %67,6’sı zorunlu eğitim süresinin artmasının öğretmenlerin öğrencilerden memnuniyetini azaltmaktadır yargısına katılırken, %20’lik kesim ise bu yargıya katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 19. “Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Öğrencilerin Ders Çalışma Düzeyleri Azalmaktadır.” Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	35	8,6
Katılmıyorum	42	10,3
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	54	13,2
Katılıyorum	102	25,0
Kesinlikle Katılıyorum	175	42,9
Ortalama: 3,83; Standart Sapma: 1,31		

Zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin ders çalışma düzeyleri azalmaktadır yargısına katılımcıların %67,9'u katıldıklarını belirtmiştir. Bunun aksine, %18,9'luk kesim ise bu yargıya katılmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 20. "Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Sınıf Geçmek Kolaylaşmıştır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	18	4,4
Katılmıyorum	24	5,9
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	37	9,1
Katılıyorum	90	22,1
Kesinlikle Katılıyorum	239	58,6
Ortalama: 4,25; Standart Sapma: 1,11		

Zorunlu eğitim süresi arttıkça, sınıf geçmek kolaylaşmıştır yargısına katılan öğretmenlerin oranı %80,7'dir. Bunun aksine bu yargıya katılmayan öğretmenlerin oranı ise yalnızca %10,3'tür.

Tablo 21. "Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Öğrencilerin Öğretmenlere Karşı Saygısız Davranışları Artmıştır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	30	7,4
Katılmıyorum	37	9,1
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	43	10,5
Katılıyorum	76	18,6
Kesinlikle Katılıyorum	222	54,4
Ortalama: 4,04; Standart Sapma: 1,29		

Katılımcıların %73'ü zorunlu eğitim süresi arttıkça öğrencilerin öğretmenlere karşı saygısız davranışları artmıştır yargısına katıldıklarını belirtmiştir. Bu yargıya katılmayanların oranı ise %16,5'tir.

Tablo 22. "Zorunlu Eğitim Süresi Arttıkça, Öğrencilerin Üniversite Kazanma Oranı Azalmaktadır." Sorusunun Frekans Dağılımı

	Frekanslar	Yüzdelere
Kesinlikle Katılmıyorum	56	13,7
Katılmıyorum	66	16,2
Katılıp Katılmama Oranım Eşit	70	17,2
Katılıyorum	82	20,1
Kesinlikle Katılıyorum	134	32,8
Ortalama: 3,42; Standart Sapma: 1,43		

Araştırmaya katılan öğretmenlerin %52,9'u zorunlu eğitim süresinin artmasının öğrencilerin üniversite kazanma oranını azalttığı görüşüne sahiptir. %29,9'luk bir kesim ise bu görüşe katılmadıklarını belirtmiştir.

3.5.5. Araştırma Sorusunun Test Edilmesi

Ankete katılan öğretmenlere demografik özelliklerine göre toplam 15 adet yargıya katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Öğretmenlerin bu yargı cümlelerine katılımları arasında fark olup olmadığını görmek amacıyla Independent t-Test ve Tek Yönlü ANOVA analizleri kullanılmıştır. Araştırma sorusunu test etmek için kullanılan analiz sonuçları ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Kalaycı (2017) t-Testi'ni iki örneklem grubu arasında ortalamalar bakımından fark olup olmadığını araştırmak için kullanıldığını açıklamıştır. t-Testi her zaman iki farklı ortalamayı karşılaştırır. Tek yönlü ANOVA analizinde ise ikiden fazla örneklem grubu arasındaki ortalamalar ölçülmektedir. Bu çalışmada anlamlılık düzeyi $< 0,05$ anlamlı olarak kabul edilmiştir.

t-Testi normallik dağılımı aramaktadır. George ve Mallery (2010)'ye göre "Çoğu psikometrik amaç için ± 1.0 arasındaki Kurtosis değerinin mükemmel olduğu kabul edilir, ancak bazı durumlarda özel uygulamaya bağlı olarak ± 2.0 arasındaki değer de kabul edilebilir.". Bu çalışmadaki yargıların

tamamında Skewness ve Kurtosis değerleri ± 2.0 aralığındadır. Bu durum, verilerin normal dağıldığını göstermektedir.

Tablo 23. Cinsiyete Göre t-Test Sonuçları

Değişkenler	Ortalamalar		Independent t-Test	
	Kadın	Erkek	F	P
Yargı 14	3,95	4,23	2,993	,045

Tablo 23'te ki t-test sonuçlarına göre, 0,05'ten küçük olan yargı (,045) ile zorunlu eğitim süresi çalışanları olan öğretmenler arasında cinsiyet bakımından anlamlı bir fark vardır. Tabloda da görüldüğü üzere, cinsiyet bakımından anlamlı fark yalnızca yargı 14'te görülmektedir.

Yargı 14; zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin öğretmenlere karşı saygısız davranışlarının arttığı fikrinin kadın öğretmenler arasındaki ortalaması 3,95 iken, erkek öğretmenler arasındaki ortalaması 4,23'tür.

Tablo 24. Mesleki Deneyim Süresine Göre Tek Yönlü ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ortalamalar			ANOVA Testi	
	0-7 yıl	8-15 yıl	+15 yıl	F	P
Yargı 7	4,33	4,42	3,99	4,534	,011
Yargı 9	4,17	4,08	3,75	3,330	,037

Tablo 24'da ki ANOVA analizi sonucuna göre yargı 7 ve yargı 9'un önemlilik değeri 0,05'ten küçüktür (,011; ,037).

Yargı 7, sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sistemi, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine neden olduğu yargısı ile meslekteki deneyim arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu yargıya en çok katılan grup 8 ile 15 yıl arasında tecrübeye sahip olan öğretmenlerdir.

Yargı 9, zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin okula/eğitime karşı ilgilerinin azalttığını belirten yargı ile meslekteki deneyim arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu yargıya en çok katılan kesim 0 - 7 yıl arası deneyime sahip öğretmenlerin oluşturduğu gruptur.

Tablo 25. Yaşa Göre Tek Yönlü ANOVA Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ortalamalar					ANOVA Testi	
	26 ve altı	27 - 34	35 - 42	43 - 49	50 ve üzeri	F	P
Yargı 1	3,28	3,67	3,90	3,31	3,29	2,619	,035
Yargı 6	3,47	3,87	3,88	3,98	3,24	2,458	,045
Yargı 7	4,04	4,42	4,38	4,07	3,90	2,698	,030
Yargı 8	3,40	3,88	4,10	3,76	3,57	2,524	,040
Yargı 9	3,79	4,19	4,19	3,78	3,57	2,731	,029
Yargı 15	3,23	3,40	3,80	3,05	3,24	3,119	,015

Tablo 25'de ki ANOVA analizi sonucunda yargı 1 (,035), yargı 6 (,045), yargı 7 (,030), yargı 8 (,040), yargı 9 (,029) ve yargı 15 (,015)'in anlamlılık düzeyleri ,05'ten küçüktür. Tablo 25'den de görüldüğü gibi, öğretmenler arasında yapılan çalışmada, yaş açısından anlamlı bir fark yargı 1, yargı 6, yargı 7, yargı 8, yargı 9 ve yargı 15'te tespit edilmiştir.

Yargı 1; zorunlu eğitim süresinin uzun olması, verilen eğitimin basitleşmesine sebep olmaktadır düşüncesi 3,90 ortalama ile 35 - 42 yaş arası katılımcılar tarafından desteklenmiştir. Bu yargıya en düşük katılım ise 3,28 ortalama ile 26 yaş ve altındaki öğretmenlerdir.

Yargı 6; zorunlu eğitim süresinin uzun olması, hizmet işletmelerinde yetişmiş eleman yetersizliğine sebep olmaktadır düşüncesine 3,98 ortalama ile 43 - 49 yaş aralığındaki öğretmenler katılmaktadır. Bu yargıya en az katılan yaş grubu ise 3,24 ortalama ile 50 yaş ve üzerindeki öğretmenlerdir.

Yargı 7; sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sistemi, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine sebep olmaktadır düşüncesine en çok katılım 4,42 ortalama ile 27 - 42 yaş aralığındaki öğretmenlerdir. Bu yargıyı en az destekleyen grup ise, 3,90 ortalama ile 50 yaş ve üzerindeki öğretmenlerin oluşturduğu gruptur.

Yargı 8; zorunlu eğitim süresi arttıkça, eğitimin kalitesinin azaldığı düşüncesi 35 – 42 yaş aralığındaki öğretmenler tarafından 4,10 ortalama değer ile desteklenmektedir. Bu yargıya en düşük katılım sağlayan grup ise 3,40 ortalama ile 26 yaş ve altında ki öğretmenler olmuştur.

Yargı 9; zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin okula/eğitime karşı ilgilerinin azaldığı düşüncesine 27 – 34 yaş aralığındaki öğretmenler ile 35 – 42 yaş aralığındaki öğretmenlerin katılım oranı 4,19'dur. Bu yargıya en az katılan grup ise 3,57 ortalama ile 50 yaş ve üzerindeki öğretmenlerdir.

Yargı 15; zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin üniversite kazanma oranının azaldığına yönelik düşünceye 3,80 ortalama ile 35 – 42 yaş aralığındaki öğretmenler katılım göstermiştir. En az katılım ise 3,05 ortalama ile 43 -49 yaş aralığındaki öğretmenler tarafından sağlanmıştır.

Öğretmenlerin büyük bir kesimi yargı 15 için, eğitim süresinin arttırılmasının öğrencilerin üniversite kazanma oranını azalttığını, ancak gün geçtikçe çoğalan üniversiteler ile bu oranın yeniden arttığını belirtmişlerdir.

Anket formunda katılımcılardan istenen demografik bilgiler arasında yer alan “*öğretmenlik branşınız*” ve “*mezun olduğunuz üniversite*” sorularına verilen cevaplara uygulanan tek yönlü ANOVA analizi sonucunda 15 yargıya ait sig (p) değerleri ,05'ten büyüktür. Yani, yapılan analizler sonucunda yargılar ile mezun olunan üniversite ve öğretmenlik branşları arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Anket formunda katılımcılardan istenen demografik bilgiler arasında yer alan “*zorunlu eğitim süresi sizce kaç yıl olmalıdır?*” sorusuna verilen cevaplara uygulanan tek yönlü ANOVA analizi sonucunda 15 yargıya ait sig (p) değerlerinin tamamı ,000 olarak belirlenmiştir. $0,000 < 0,50$ olduğu için, %95 güven ile, tüm gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır denilebilir.

Yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçlarına göre öğretmenlerin branşları ve mezun oldukları üniversiteler, bu çalışmanın sorusunu ölçmek için yeterli değildir.

Independent t-Test ve tek yönlü ANOVA analizlerinin sonucuna göre “Zorunlu eğitim süresinin iç müşteri görüşlerine göre farklılıkları nelerdir?” sorusu demografik değişkenler göz önüne alınarak tespit edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Zorunlu Eğitim Süresinin İç Müşteri Görüşlerine Etkisi: İstanbul İli Örneği isimli bu çalışmadaki analizler dahilinde, öğretmenlerin genel düşüncesi zorunlu eğitim süresinin arttıkça memnuniyetlerinin azaldığı yönündedir. Bununla birlikte, anket çalışması sonucunda kimi öğretmenlerin bu fikre katılmadıkları görülmüştür ancak bu öğretmenlerin sayısı genel kanıyı değiştirecek çoğunlukta değildir.

Zorunlu eğitim sürecinin iç müşterisi durumunda bulunan öğretmenlerin demografik özelliklerine göre kendilerine anket formu ile yöneltilmiş olan yargılara olan yaklaşımlarının nasıl bir değişiklik gösterdiğini görebilmek amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaştıkları gözlenmektedir.

Bu farklılık zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin öğretmenlere karşı saygısız davranışları artmıştır yargısında ortaya çıkmaktadır. Bu yargıya kadın öğretmenlerin katılım ortalaması 3,95 iken, erkek öğretmenlerin verdikleri yanıtın ortalaması 4,23'tür.

Cinsiyete göre bakıldığında, kadın ve erkek öğretmenler zorunlu eğitim süresi arttıkça, sınıf geçmenin kolaylaştığına yönelik yargı ile sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sisteminin, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine sebep olmaktadır yargılarına oldukça yüksek katılım göstermişlerdir. Bu durum, öğrencilerin derslerini daha kolay geçmesine ve kolay geçilen dersler sonucunda da kendi yetenekleri keşfedememesine neden olmaktadır yorumu yapılabilir. Bunun sonucu olarak, yeteneklerini, iyi olduğu alanları keşfedememiş bireylerin doğru bölüm tercihi yapamadıkları sonucu çıkarılabilir.

Öğretmenlerin mesleki deneyimlerine bakıldığında, öğretmenlerin deneyim süreleri arttıkça zorunlu eğitim süresinin uzun olması, verilen eğitimin gerçek hayatta kullanılmamasına sebep olmaktadır yargısına katılımın azaldığı tespit edilmiştir. 0 – 7 yıl arasında deneyime sahip olan öğretmenler bu yargıya en çok katılan grup iken 15 ve daha fazla yıl deneyime sahip öğretmenler bu

yargıya en az katılan grup olmuştur. Ayrıca, zorunlu eğitim süresinin uzun olması, yüksek öğretim gerektirmeyen meslekleri yerine getirecek eleman bulunamamasına sebep olacaktır yargısına da deneyim süresi arttıkça katılımın azaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca deneyim değişkeninde sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sistemi, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine neden olmaktadır yargısı ve zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin okula/eğitime karşı ilgilerinin azaldığını belirten yargılarda anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğretmenlerin yaş aralıklarına bakıldığında, 26 yaş ve altındaki öğretmenler, 27 - 34 yaş aralığındaki öğretmenler ve 35 - 42 yaş aralığındaki öğretmenlerin en çok katılım sağladıkları yargı sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sistemi, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine sebep olmaktadır düşüncesi olduğu tespit edilmiştir. 43 - 39 yaş aralığındaki öğretmenler ile 50 yaş ve üzerindeki öğretmenlerin ise en çok katılım sağladıkları yargı, zorunlu eğitim süresi arttıkça, sınıf geçmenin kolaylaşmasına yönelik olan düşünce olarak tespit edilmiştir. Yaş değişkeninde toplam 6 yargıda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu yargılar şunlardır:

1. Zorunlu eğitim süresinin uzun olması, verilen eğitimin basitleşmesine sebep olmaktadır,
2. Zorunlu eğitim süresinin uzun olması, hizmet işletmelerinde yetişmiş eleman yetersizliğine sebep olmaktadır,
3. Sınıfta kalmanın az olduğu bir eğitim sistemi, kişilerin bilinçsiz meslek seçmelerine sebep olmaktadır,
4. Zorunlu eğitim süresi arttıkça, eğitimin kalitesi azalmaktadır,
5. Zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin okula/eğitime karşı ilgilerinin azalmaktadır,
6. Zorunlu eğitim süresi arttıkça, öğrencilerin üniversite kazanma oranı azalmaktadır.

Mezun olunan üniversite değişkenine bakıldığında, katılımcıların mezun oldukları üniversiteler ile yargılara ilişkin düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu durum, öğretmenlerin mezun oldukları üniversite ile zorunlu eğitim süresinden memnun olup olmadıklarına ilişkin herhangi bir yorumda bulunulamayacağını göstermektedir.

Öğretmenlerin branşları değişkenine bakıldığında da, katılımcıların branşları ile kendilerine yöneltilen yargılara ilişkin düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu durum, öğretmenlerin branşları ile zorunlu eğitim süresinden memnun olup olmadıklarına ilişkin herhangi bir yorumda bulunulamayacağını göstermektedir.

Zorunlu eğitim süresinin kaç yıl olması gerektiğine yönelik sorulan soruya katılımcıların %48'i 8 yıl cevabı vermiştir. Öğretmenlere göre zorunlu eğitimin ideal süresi 8 yıldır.

Uygulanan anket sonucunda, zorunlu eğitim sürecinin iç müşterileri durumundaki öğretmenlerin kendilerine sorulan yargılara ağırlıklı olarak katıldıkları ve bu nedenle de zorunlu eğitim süresinden memnun olmadıkları çıkarımı yapılabilmektedir.

Ankete katılan 408 öğretmenin vermiş olduğu cevaplar çerçevesinde, zorunlu eğitim süresinin uzun olmasının sebep olduğu sorunlar aşağıda belirtilmiştir:

- Eğitimin kalitesinin düşmesi ve verilen eğitimin basitleşmesi,
- Öğrencilerin verilen eğitimi gerçek hayatta kullanamaması,
- Yüksek eğitim gerektirmeyen işleri yerine getirecek personel bulunamaması,
- Hizmet işletmelerinin yetişmiş eleman bulamamaları,
- Öğrencilerin bilinçsizce meslek seçmeleri,
- Öğrencilerin eğitime karşı ilgilerinin azalması,
- Öğrencilerin öğretmenlere karşı saygısız davranışlarının artması,
- Sınıf geçmenin oldukça kolay bir hale gelmesi.

Elde edilen bulgular ve tespit edilen sorunlar çerçevesinde zorunlu eğitim süresi karar vericilerine aşağıdaki öneriler sunulabilir;

- Zorunlu eğitim süresi kesinlikle azaltılmalı,
- Bu çalışma Milli Eğitim Bakanlığı tarafından tüm öğretmenlere uygulanarak öğretmenlerin görüşleri tam sayım üzerinden ortaya konulmalı,
- Ders içerikleri ve müfredatlarının öğrencilerin ilgilerini okula/eğitime yönleltmelerini sağlayacak biçimde oluşturulmalı,

- Öğrencilerin ilgilerini okula toplayacak aktiviteler arttırılmalı,
- Öğrencilerin doğru meslek seçimleri yapabilmesi için yönlendirmeler yapılmalı,
- Mezun olan öğrencilerin gerek eğitim, gerek iş bulma durumlarının takibi yapılmalı.

Kaynakça

- Akçakanat, T. vd. (2015). Yönetim Geliştirme Aracı Olarak Müşteri Geri Bildirimlerinin Önemi: Turizm İşletme Belgeli 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(13), 72-88.
- Alabay, M. N. (2012), Müşteri Şikayetlerinin Yönetimi, *International Journal of Managements Economics and Business*, 8(16), 137-158.
- Barış, G. (2006), *Kusursuz Müşteri Memnuniyeti İçin Müşteri Memnuniyeti*, İstanbul, MediaCat.
- Başaran, İ. E. (1978), *Eğitime Giriş*, Bımaş Matbaacılık, Ankara.
- Burucuoğlu, M. (2011), *Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Araştırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Buttle, F. (1986), *Hotel And Food Service Marketing*, 1. Baskı, Londra, ELBS.
- Ergün, M. (2015), *Eğitim Felsefesi*, Pegem Akademi, Ankara.
- Eroğlu, E. (2005), Müşteri Memnuniyetinin Ölçüm Modeli, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Dergisi*, 34(1), 7-25.
- Fidan, N. (2012), *Okulda Öğrenme Ve Öğretme*, Pegem Akademi, Ankara.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17. Baskı, Boston.
- İftar, K. G. (2004), Özel Eğitimde Fokus Grup Araştırmaları, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 5(1), 1-7.
- Kalaycı, Ş. (2017), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 8. Baskı, Dinamik Akademi, Ankara.
- Kavak, Y. (1998), Zorunlu Eğitimde Evrensel ve Ulusal Görünüm, *Eğitim ve Bilim*, 22(107), 54-57.
- Keskin, H. D. ve Yıldız S. (2010), Tüketicilerin Marka Tercihlerinde Etkili Olan Faktörler ile Marka İmajının Marka Değeri Üzerindeki Etkileri: Trabzon Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (27), 239-254.
- Kılıç, G. (2017), *Türkiye’de Zorunlu Eğitim Süresinin Hizmet Sektörüne Etkisi: Trabzon Sanayisi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kıncal, R. Y. (1999), *Öğretmenlik Mesleğine Giriş*, 2.Baskı, Eser Ofset, Erzurum.
- Kotler, P. (2000), *Marketing Management, International Edition*, Prentice Hall, Amerika Birleşik Devletleri.
- Kotler, Philip ve Armstrong, G. (2012), *Principles of Marketing*, 14.Baskı, Pearson Education Limited, Essex.
- Mahmedaliev, N. (2017), *Trabzon İlinde Faaliyet Gösteren Marketlerde Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mucuk, İ. (2012), *Pazarlama İlkeleri*, 19.Baskı, Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- Onurlubaş, E. Ve Şener, T. (2016), Markalı Ürün ile İlgili Tüketici Düşüncelerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 325-341.
- Onurlubaş, E. (2018), Marka Değeri Boyutlarının Marka Bağlılığı ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: X Marka Beyaz Eşya Kullanıcıları Üzerine Bir Uygulama, *Turkish Studies, Economics, Finance and Politics*, 13(30), 273-302.
- Onurlubaş, E. Ve Yener, D. (2018), *Bitkisel Yağ Tüketiminde Marka Değerinin Marka Bağlılığı Üzerine Etkisi*, *Bilimsel Araştırmalar Kitabı*, İktisadi ve İdari Bilimler, Cilt II, Bölüm 1, Akademisyen Yayınevi.
- Odabaşı, Y. (2000), *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Ökten, C. E. (2001), *Halk Eğitiminde Müziğin Rolü*, Gökten Ay (Haz.), 8. İstanbul Türk Müziği Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 89, İstanbul.

- Spreng, R. A. vd. (1996), A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing*, 60, 50-55.
- Şimşek, G. G. ve Noyan, F. (2009), Türkiye’de Cep Telefonu Cihazı Pazarında Marka Sadakati İçin Bir model Denemesi, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 36, 23-41.
- Yang, S., ve Zhu, Y. (2006), Customer Satisfaction Theory Applied in the Housing Industry: An Empirical Study of Low-Priced Housing in Beijing, *Tsinghua Science & Technology*, 11(6), 667-674.
- Zeithaml, A. V. (1988), Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Extended Abstract

Aim and Scope

The education system in our country has been changed many times in the last twenty years. These changes mostly affected the compulsory education period. There is no study based on the effect of the changes made in the education system on the opinions of teachers about this situation. The aim of this research is to measure the satisfaction of teachers for compulsory education. This makes the study original in its field.

Methods

Research is a quantitative and exploratory research in terms of method. The data collection tool of the research is questionnaire. The questionnaire was delivered via one-to-one interview and online questionnaire form. The survey of the research consists of two parts. In the first part of the survey; Questions were asked for personal information, including gender, age, duration of professional experience, teaching branches, the university they graduated from, and how many years they thought the compulsory education period should be. In the second part; The teachers were asked whether they participated in the 15 judgments caused by the long or short compulsory education period via the 5-point Likert scale. The universe of the research is the individuals who are working as teachers in Istanbul. In the research, easy sampling method was used and the total sample volume is 408. Frequency distribution, independent t-test and one-way ANOVA tests were used in the analysis of the questionnaires.

Findings

Within the analysis, the general opinion of the teachers is that as the duration of compulsory education increases, their satisfaction decreases. As the compulsory education period increased, students' disrespectful behavior towards teachers increased. In terms of gender; male and female teachers think that as the duration of compulsory education increases, it is easier to pass class and an education system where there is little to stay in class causes people to choose unconscious professions. Considering the professional experience of teachers, it was found that the longer the compulsory education period as the experience periods of the teachers increase, the lessons given are not used in real life the participation in the judiciary decreases. When the age ranges of the teachers participating in the study are taken into consideration, it is seen that the statement that 26 and teachers, 27-34 age teachers and 35-42 age teachers mostly participate is the same. This common thought; If the student is less likely to stay in class in an education system, this causes students to choose an unconscious profession. Also, according to teachers, the ideal duration of compulsory education is 8 years.

Conclusion

Within the framework of the answers given by 408 teachers who participated in the survey, the problems caused by the long duration of compulsory education are as follows:

- The decrease in the quality of education and the simplification of the education provided,
- Inability of students to use the given education in real life,
- Lack of personnel to perform jobs that do not require higher education,
- Inability of service companies to find trained personnel,
- Students unconsciously choose a profession,
- Decreased interest of students towards education,

-
- Increasing disrespectful behavior of students towards teachers,
 - It is very easy to pass class.

Within the framework of the findings obtained and the problems detected, the following suggestions can be presented to the decision-makers of compulsory education period;

- Compulsory education time should definitely be reduced,
- This work should be applied to all teachers by the Ministry of National Education and the opinions of the teachers should be put forward on the full census,
- Course contents and curricula should be created in such a way that students' interests are directed to school and education,
- Activities to attract students' attention to the school should be increased,
- Guidelines should be made for students to make the right profession choices,
- Both the education and employment status of graduated students should be followed.