

YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ

SÜREKLİ EĞİTİM UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ (SEM)

DIŞ PAYDAŞ MEMNUNİYET ANKETİ DEĞERLENDİRME RAPORU

2025

Bu rapor, Yozgat Bozok Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin (SEM) dış paydaşlarına uygulanan memnuniyet anketinin 31 Aralık 2025 tarihine kadar tamamlanan yanıtlarını kapsamaktadır. Söz konusu dönemde ankete 29 dış paydaş katılmıştır. Analizlerde kategorik dağılım yüzdeleri ve frekans değerleri esas alınmıştır.

Toplam Katılımcı	Veri Toplama Dönemi	Ölçek Türü
29	Ocak – Aralık 2025	Kategorik / Likert Tipi

1. KATILIMCI PROFİLİ

2025 yılında ankete katılan 29 dış paydaş; üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları ile Yozgat'a bağlı yerel kurumlardan oluşmaktadır. Katılımcı profilinde üniversitelerin ağırlıklı olduğu ve çoğunluğun Yozgat dışından ulaştığı dikkat çekmektedir.

Kurum Türü	Katılımcı Sayısı	Oran
Üniversiteler	12	%41,4
Kamu Kurum ve Kuruluşları	5	%17,2
Yozgat'a Bağlı Yerel Kurumlar	3	%10,3
Diğer / Belirtilmemiş	9	%31,0
TOPLAM	29	%100

Not: Katılımcıların %41,4'ünü oluşturan üniversite temsilcilerinin büyük bölümü Yozgat dışındaki kurumlardan (Ankara Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Gazi Üniversitesi vb.) katılım sağlamıştır. Bu durum, SEM'in bölge dışındaki farkındalık düzeyinin de sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

2. ARAŞTIRMA MERKEZİ İLE TEMAS SIKLIĞI

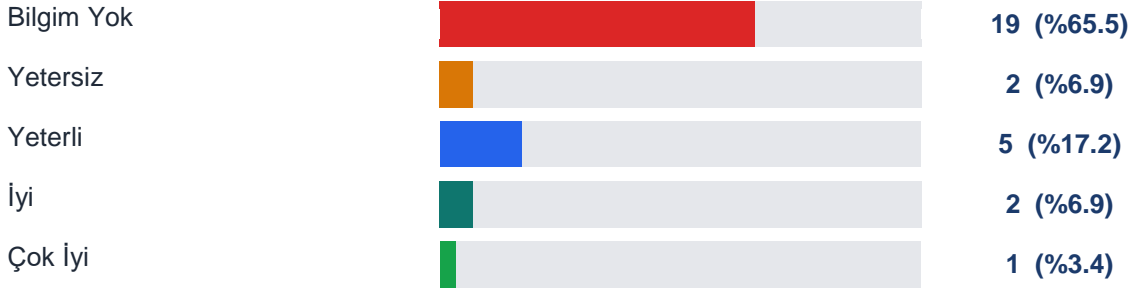
Katılımcıların merkezle temas sıklığına ilişkin bulgular, 2025 yılı katılımcılarının büyük çoğunluğunun SEM ile henüz kurumsal bir temas kurmadığını ortaya koymaktadır.

Temas Yok	<div style="width: 72.4%;"><div style="width: 72.4%;"></div></div>	21 (%72.4)
Çok Az	<div style="width: 17.2%;"><div style="width: 17.2%;"></div></div>	5 (%17.2)
Az	<div style="width: 6.9%;"><div style="width: 6.9%;"></div></div>	2 (%6.9)
İyi Düzeyde	<div style="width: 3.4%;"><div style="width: 3.4%;"></div></div>	1 (%3.4)
Çok İyi Düzeyde	<div style="width: 0%;"><div style="width: 0%;"></div></div>	0 (%0.0)

Kritik Bulgu: 2025 yılı katılımcılarının %72,4'ü (n=21) merkez ile hiç temas kurmamıştır. Temas kuran 8 katılımcının yalnızca 1'i (%3,4) iyi düzeyde temas bildirmiştir. Temas yok oranı, tüm dönem ortalamasına (%68,8) kıyasla daha yüksektir.

3. MERKEZ HİZMETLERİ HAKKINDAKİ BİLGİ DÜZEYİ

Dış paydaşların merkezin hizmetleri hakkındaki bilgi düzeyi; kurumsal tanıtım ve iletişim faaliyetlerinin etkinliğini doğrudan yansıtmaktadır.



2025 yılı katılımcılarının %65,5'i (n=19) merkez hizmetleri hakkında hiç bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir. Bu oran, tüm dönem ortalamasının (%55,8) belirgin biçimde üzerindedir. Bilgi düzeyini 'yeterli' ve üzeri olarak değerlendirenlerin oranı yalnızca %27,6 (n=8)'dir.

4. BİLGİ EDİNİM KANALLARI

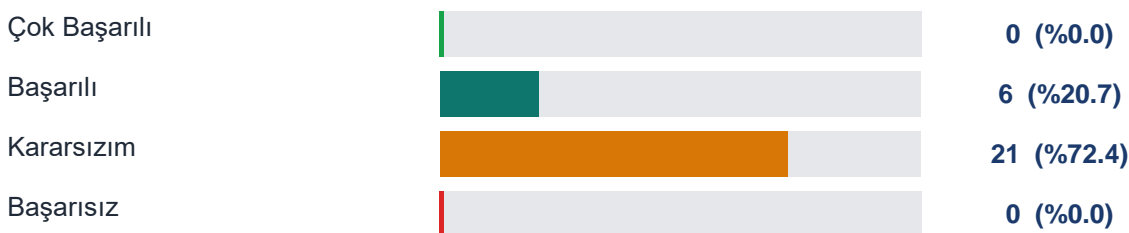
Paydaşların merkez hakkındaki bilgiye nasıl ulaştığına ilişkin bulgular (çoklu seçimli soru; toplam yanıt sayısı katılımcı sayısını aşabilir):

Bilgi Edinim Kanalı	Yanıt (n)	Oran
Diğer (belirtilmemiş kaynaklar)	15	%51,7
Sosyal Medya (Facebook, Instagram, X)	7	%24,1
Yazılı / Görsel Medya	6	%20,7
Merkez Web Sitesi	6	%20,7
İletişime Geçerek (E-posta / Telefon)	5	%17,2

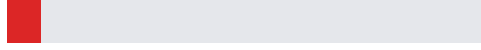
Not: 2025 yılı katılımcılarında 'Diğer' seçeneği %51,7 ile çarpıcı biçimde öne çıkmaktadır. Bu oran, tüm dönem ortalamasının (%40,3) yaklaşık 11 puan üzerindedir ve mevcut tanıtım kanallarının 2025 yılı itibarıyla dış paydaşlara yeterince ulaşamadığını göstermektedir.

5. MERKEZ HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Katılımcıların merkez tarafından sunulan hizmetlere ilişkin genel değerlendirmeleri aşağıda sunulmaktadır.



Çok Başarısız



2 (%6.9)

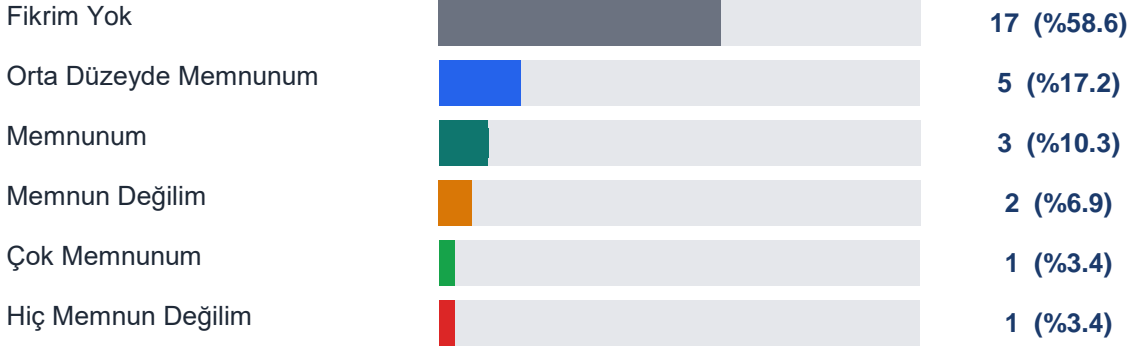
2025 yılı katılımcılarının %72,4'ü (n=21) 'Kararsızım' seçeneğini tercih etmiştir. Bu oran tüm dönem ortalamasıyla (%68,8) büyük ölçüde örtüşmektedir. Olumlu değerlendirmeler (Başarılı) %20,7 oranında kalırken, olumsuz değerlendirmeler %6,9 (n=2; Çok Başarısız) düzeyindedir. Önemli bir bulgu olarak 2025 yılı katılımcılarından hiçbiri 'Çok Başarılı' değerlendirmesini yapmamıştır.

6. MEMNUNİYET BOYUTLARI

6.1 Genel Kurumsal Memnuniyet

Teknik Sorun: 2025 yılı katılımcılarının tamamı (n=29, %100) genel memnuniyet sorusunda 'birinci sütun' kaydı oluşturmuştur. Bu durum söz konusu sorunun anket aracında 2025 yılında henüz teknik olarak hatalı biçimde çalıştığını açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcıların bir kısmı da beklenti bölümünde bu teknik hatayı ayrıca dile getirmiştir (bkz. Boyut 8). Bu nedenle 2025 yılı için genel memnuniyet boyutu değerlendirme dışı tutulmuştur.

6.2 Eğitim-Öğretim Faaliyetlerine İlişkin Memnuniyet



2025 yılı katılımcılarının %58,6'sı (n=17) eğitim-öğretim faaliyetleri hakkında fikir beyan edememiştir. Memnuniyet bildirenlerin oranı (Memnunum + Çok Memnunum) %13,8 (n=4) iken memnuniyetsizlik bildirenler (Memnun Değilim + Hiç Memnun Değilim) %10,3 (n=3) düzeyindedir. Orta düzeyde memnuniyet %17,2 (n=5) olarak görülmektedir. Memnuniyet oranının tüm dönem ortalamasına (%23,4) kıyasla belirgin biçimde düşük kalması, bu dönemdeki eğitim erişiminin oldukça kısıtlı olduğuna işaret etmektedir.

7. HİZMETLERE İLİŞKİN PAYDAŞ KANAATLERİ

Katılımcıların merkez hizmetlerine yönelik iyileştirme önerileri (çoklu seçimli soru; toplam yanıtlar katılımcı sayısını aşabilir):

Kanaat / Öneri	n	Oran
Herhangi bir öneri yok (Hiçbiri)	11	%37,9
Paydaşlarla iş birliği güçlendirilmelidir	8	%27,6
Hizmet etkinliği artırılmalıdır	7	%24,1
Çalışanların tutum ve davranışları iyileştirilmelidir	4	%13,8
İnsan kaynakları geliştirilmelidir	2	%6,9

2025 yılı katılımcılarının %37,9'u (n=11) herhangi bir öneri sunmamıştır. Bu oranın yüksekliği büyük ölçüde katılımcıların merkezi tanımamasıyla açıklanmaktadır. Öneri sunanlar arasında 'paydaşlarla iş birliğinin güçlendirilmesi' (%27,6) ve 'hizmet etkinliğinin artırılması' (%24,1) öne çıkan talepler olmuştur.

8. PAYDAŞ BEKLENTİLERİ (AÇIK UÇLU YANIT ANALİZİ)

2025 yılı katılımcılarının açık uçlu yanıtları incelendiğinde beş temel örüntü göze çarpmaktadır:

Tema	Örnek İfadeler ve Gözlemler
1. Kurumsal Tanıtım Eksikliği	"Görevlerinizi halka tanıttin, bütünleşin", "Görünürlüğünüzü artırmanızı tavsiye ederim"; pek çok katılımcı merkezi ilk kez duyduğunu ifade etmiştir.
2. Anket Teknik Hatası	"Memnuniyet düzeyine ilişkin soruda hata var, birden fazla seçeneği işaretlemek gerekiyor", "Anketinizde hatalı soru var. Sayfanızdaki iletişim bilgileri yanlış."
3. Hizmet Kapsam ve Ücret	"Açmış olduğunuz kursların ücretlerinin daha uygun olmasını, özellikle dil kurslarının akademik olarak şekillenmesini bekliyorum"
4. Kurs İçeriği ve Yöntem	"Şehir halkıyla anket yaparak kurs ihtiyacı belirlenmeli ve ona göre kurs açılması planlanmalıdır", "Eğitimlerin etkinliğinin uygulamalar ile artırılması"
5. İlgisizlik / Kapsam Dışı Hissi	"Merkez hakkında bilgim yok, arkadaşım doldur dediği için doldurdum"; bu yanıtlar örneklem seçiminin gözden geçirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

9. GENEL DEĞERLENDİRME

Boyut	2025 Yılı Bulgusu	Tüm Dönem ile Karşılaştırma
Temas Yok	%72,4 (n=21)	Tüm dönem: %68,8 → Daha kötü
Bilgim Yok	%65,5 (n=19)	Tüm dönem: %55,8 → Daha kötü
Hizmet: Kararsızım	%72,4 (n=21)	Tüm dönem: %68,8 → Benzer
Genel Memnuniyet	Değerlendirilemedi (teknik sorun)	Tüm dönemde %25,0 → Karşılaştırılmaz
Eğitim Memnuniyeti	%13,8 memnun	Tüm dönem: %23,4 → Daha kötü

10. GÜÇLÜ YÖNLER

- Hizmetlerden haberdar olan az sayıda katılımcı arasında olumsuz değerlendirme oranı düşük kalmıştır (%6,9 Çok Başarısız; Başarısız: %0).
- Kurs ücretlerine ve içeriğine yönelik somut öneriler, mevcut hizmetlere yönelik gerçek bir talep potansiyelinin varlığına işaret etmektedir.
- Teknik hatanın katılımcılar tarafından açık uçlu bölümde raporlanması, dış paydaşların ankete gerçek anlamda katılım sağladığını ortaya koymaktadır.

11. İYİLEŞTİRME ALANLARI VE ÖNERİLER

- Anket Teknik Altyapısı (Acil):** Genel memnuniyet sorusundaki ölçek hatası, 2025 yılı verilerinin tamamını bu boyut için geçersiz kılmıştır. Bir sonraki anket dönemi başlamadan önce teknik doğrulama ve pilot uygulama zorunludur.
- Örneklem ve Hedefleme:** Merkezi tanımadığını açıkça belirten ya da kapsam dışı hissettiğini ifade eden katılımcıların (örn. 'bizimle ne ilgisi var') varlığı, anket dağıtım listesinin gözden geçirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.
- Kurumsal Görünürlük:** 2025 yılında 'bilgim yok' oranının tüm dönem ortalamasının belirgin biçimde üzerinde çıkması (%65,5'e karşı %55,8), tanıtım faaliyetlerinin bu dönemde yetersiz kaldığını göstermektedir.
- Dijital İletişim:** 'Diğer' kanalının %51,7 ile baskın çıkması, sosyal medya ve web sitesi üzerinden yapılan duyuruların 2025 yılında istenilen kitleye ulaşmadığına işaret etmektedir.
- Paydaş İş Birliği:** 2025 yılı katılımcılarının %27,6'sı paydaşlarla iş birliğinin güçlendirilmesini talep etmiştir. Özellikle üniversiteler arası protokol ve ortak proje faaliyetleri için somut adımlar atılmalıdır.

12. SONUÇ

2025 yılı dış paydaş memnuniyet anketi bulguları, tüm dönem verileriyle büyük ölçüde örtüşmekle birlikte bazı boyutlarda daha olumsuz bir tablo ortaya koymaktadır. Kurumsal tanınırlık eksikliği, temas ve bilgi düzeyi düşüklüğü; 2025 yılı katılımcılarında tüm dönem ortalamasına kıyasla daha belirgin biçimde gözlemlenmektedir.

Genel memnuniyet sorusunun teknik hata nedeniyle bu dönem için tamamen geçersiz kalması, bir sonraki dönemin en öncelikli teknik iyileştirme gündemini oluşturmalıdır. Açık uçlu yanıtların hem teknik sorunları hem de gerçek beklentileri kapsıyor olması, dış paydaşların görüş bildirme konusundaki kararlılığını göstermekte; bu durum geri bildirim mekanizmalarının güçlendirilmesi için önemli bir fırsat sunmaktadır.

Metodolojik Not: Bu rapor, 2025–2026 dönemine ait anket verilerinin yalnızca 31 Aralık 2025 tarihine kadar tamamlanan yanıtlarını (n=29) kapsamaktadır. Tüm dönem raporundan (n=77) ayrı biçimde değerlendirilmelidir. Genel memnuniyet sorusunda 2025 yılı yanıtlarının tamamının teknik hata içermesi nedeniyle ilgili boyut analiz dışı bırakılmıştır. Örneklem küçüklüğü göz önünde bulundurularak bulgular ihtiyatla yorumlanmalıdır.