



LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ MODELİ OLAN SERVQUAL YÖNTEMİYLE İLGİLİ LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Yrd. Doç. Dr. Barış ÖZTUNA¹

LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ MODELİ OLAN SERVQUAL YÖNTEMİYLE İLGİLİ LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Özet

Lojistik işletmeleri, müşterilerini maksimum düzeyde memnun etmeyi arzulamaktadırlar. Lojistik yönetimi, hammadde tedarikçilerinden son tüketiciye kadar tüm süreç akışının optimum şekilde gerçekleşmesi ile ilgilenir. Bu çalışmanın amacı, lojistikte kalite kavramını incelemek ve lojistik sektöründe hizmet kalitesi modeli olan Servqual yöntemi ile ilgili literatür araştırması yapmaktır.

Anahtar Kelimeler:

Hizmet Kalitesi, Lojistik, Servqual Modeli

1 Çankırı Karatekin Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü barisoz83@yahoo.com

RESEARCHING SERVICE QUALITY MODEL IN LOGISTIC SECTOR BY SERVQUAL METHOD OF SERVICE QUALITY MODEL

Abstract

The aim logistic operations are make customer pleasure in maximum level. Logistics management concerns with the optimal flow of materials from raw material suppliers to last consumers. The aim of this study was to examine the concept of quality in logistics and the quality of service model in the logistics sector to make research literature related to Servqual.

Key Words:

Service Quality, Logistic, Servqual Model



Giriş

Dünyada, değişen ekonomik şartlar ve gerçekleşen yenilikler karşısında işletmeler; kendilerini sürekli artan bir rekabet ortamı içerisinde bulmuşlardır. Globalleşmeyle birlikte ticarete sınırlarının kalkması, tüketicilerin daha bilinçli olması ve ne istediğini bilmesi, işletmelerde pazar paylarını sınırlayıcı ve zorlayıcı bir durum yaratmıştır. İşletmelerin bu şartlara ayak uydurabilmesi, sürekli artan rekabet karşısında var olabilmesi, hammadde ve ürünlerini hızlı, etkin bir şekilde tedarik ederek müşterilerine sunabilmesinde lojistik kavramı ve lojistik kalitesi önem taşımaktadır.

Lojistik sektöründe kalitenin yükselmesi, sadece lojistik sektöründe değil aynı zamanda diğer sektörlerde de olumlu şekilde yansımaya sebep olacaktır. Kalitenin yükselmesiyle işletmeler uluslararası alanda rekabet edebilme imkânı sağlanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, lojistikte kalite kavramını açıklayarak lojistik sektöründe hizmet kalitesi modeli olan Servqual yöntemini incelemektir. Çalışmada, lojistik, kalite, hizmet kalitesi, hizmet kalitesi modeli olan Servqual yöntemi kavramlarının tanımı, boyutları ve sonuçlarına değinilmiştir.

1) Hizmet Kalitesi

Hizmet; fiziksel olarak soyut bir ürün olması, hizmeti oluşturan öğelerde sahipliğin değil kullanım hakkı veya tecrübenin bulunması, üretim ve tüketimin eşzamanlı olarak meydana gelmesi, üretilen ürünün üretildiği yerde tüketilmesi, makineleşmenin yok denecek kadar az olması yani emek yoğun bir endüstri olması, diğer endüstri dallarında olduğu gibi hizmet üretiminde standardizasyonun yok denecek kadar az olması gibi nedenlerden dolayı diğer endüstri dallarından ayrılmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007: 16-23). Bir malın kalitesini dayanıklılığı, hata sayısı gibi bazı ölçütlere göre değerlendirmek mümkündür. Fakat hizmetler soyut nitelikte olduğu için, hizmet kalitesi de soyut ve anlaşılması güç bir yapıya sahiptir. Nesnel ölçütler olmadığı için, bir hizmet işletmesi için en uygun kalite değerlendirme yaklaşımı, müşterilerin kaliteyi nasıl algıladıklarını ölçmektir (Uyguç, 1992: 49).

Hizmet kalitesinin yükselmesi, daha az müşteri sirkülasyonu, daha az düzeltici emek, daha az şikâyet ve daha az personel devir hızı ve daha az memnuniyetsizlik anlamına geldiği için firmaların maliyetleri de azalmaktadır (Lovelock, 1996: 562). Ayrıca, hizmet kalitesi, firmalar tarafından rekabet avantajı sağlamak ve bir firmanın sunduğu hizmetlerin görece olarak tüketicilerde bıraktığı düşüncedir (Hank ve Baek, 2004: 208).

Algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmet kalitesine yönelik düşünceleridir (Ghobadian ve diğerleri, 1994: 50). Hizmet kalitesi algısı ise, müşteri beklentilerinin oluşan hizmet performansı ile beklentilerinin karşılaştırılmasının sonucudur. Bu sebeple, beklenen ve algılanan hizmet performansı arasındaki bir karşılaştırmanın sonucu olarak da tanımlanmaktadır (Khan, 2010: 165).

Hizmet kalitesi, uzun süreçli bir performans değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan bir tutumdur şeklinde tanımlanmaktadır (Hoffman ve Bateson, 1997: 298). Bununla birlikte, hizmet kalitesi; müşterinin ihtiyaçları ve beklentileri, bunların sayesinde hizmette olması gereken özellikler, hizmetin bu özellikler ve niteliklere sahip olma derecesi olarak ifade edilmektedir (iek ve Doğan, 2009: 202-203). Diğer bir tanıma göre hizmet kalitesi ise, hizmet yerine giriş kolaylığı, haberleşme araçlarının açıklığı, hizmet sunanların nezaketi, personellerin uzmanlık ve empatisi, hizmetin müşteri ihtiyaçlarına ne ölçüde cevap verdiği, hizmet sayesinde elde edilen sonuçların kalite ve çabukluğu ile ilgilidir (Ardıç ve Baş, 2001: 3).

2) Lojistik

Lojistik, ürünün, doğru müşteriye, doğru adrese ve zamanında sağlanmasına olanak veren faaliyetlerdir (Kotler ve Armstrong, 2004: 419). Bununla birlikte lojistik, üretici, dağıtıcılar, müşteriler ve dış tedarikçiler arasındaki koordinasyonu ve eşzamanlılığı sağlayan güç olarak ortaya çıkmaktadır (Sezen ve diğerleri, 2002: 134).

Lojistik, ürün ve hizmetlerin başlangıç noktasından tüketildiği noktaya kadar olan malzeme hareketinin süreçlerinin planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi olarak ifade edilmektedir. Lojistik hizmetlerinin sunumunda, ürün hareketi süreçlerine bağlı bilginin ulaştırılması da müşteri beklentileri arasında yer almaktadır (aęlar, 2014: 42). Lojistik, müşteri siparişlerinin alımından mal bedellerinin tahsiline, gümrük ve transit geçiş evrakının hazırlanmasından depolamaya ve tüm is süreçlerinin hizmet perspektifi ile entegrasyonuna kadar çok geniş bir boyuta ulaşmıştır (ancı ve Erdal, 2003: 2). Bařka bir tanıma göre lojistik, bir malın üretim aşamasından tüketiciye ulaştırılmasına kadar geniş bir yelpazedeki birçok altyapı, işlem, hizmet ve faaliyeti kapsamaktadır. Ürün tedariki, ulaştırma, depolama, aktarma, gümrükleme, nakliye, dağıtım ve takip gibi işlemler sektörün başlıca bileşenleridir (Karadeniz ve Akpınar, 2011: 51).

Lojistik, üretim sürecinde kullanılan hammadde, yarı mamul, mamullerin tedariki, sevkiyat ve depolama süreçlerinin hem işletme içerisinde hem de dağıtım kanalı boyunca stratejik yönetimin gerçekleştirilmesi ve maliyet etkin sipariş karşılama yöntemleri ile mevcut ve gelecekteki kar maksimizasyonunun sağlanması olarak değerlendirilmektedir (Alkusal, 2006: 3). Lojistik yönetimi; materyal yönetimi, fiziksel yaşam eğrisi ve fiziksel dağıtımın bileşiminden oluşmaktadır (Sezen ve Gök, 2004:719).

3) SERVQUAL Yöntemi

Sunulan hizmetin kalitesini detaylı bir biçimde ölçebilmek ve müşteri beklentilerini belirleyebilmek amacıyla Parasuraman, Zeithaml ve Berry SERVQUAL adı verilen bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu likert tipi ölçek 22 maddelik sorudan oluşmaktadır ve müşteri beklenti ve memnuniyetlerini iki ayrı bölümde değerlendirmektedir. İlk bölümde 22 maddeden oluşan sorularla müşterinin beklentileri tespit edilmeye çalışılmış, ikinci bölümde ise aynı 22 soruyla



müşterinin hizmet gördüğü işletmeyi değerlendirmesi (algısı) amaçlanmıştır. Ankette “hiç katılmıyorum” (1)’den “tamamen katılıyorum” (7)’ye kadar derecelendirilmiş 7’li likert ölçeği kullanılmıştır. Böylelikle müşterinin öncelikle kaliteli hizmetten beklentileri tanımlanmış ve sonra da aynı kalite göstergeleri için hizmet verilen işletmenin kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 303). Servqual sonuçları, müşteri beklentileri çerçevesinde hizmetin iyi ya da kötü yanlarını belirlemek için kullanılır (İçöz, 2005: 138).

Beş ana boyut içeren Servqual anket yöntemi, aşağıda ifade edilmektedir.

- Fiziksel koşullar; tesis, donanım, personel ve haberleşme imkanları
- Güvenilirlik; verilen sözü zamanında ve tam olarak yerine getirme
- Heveslilik; müşteriye yardıma istekli olma ve hizmeti eksiksiz sağlama
- Güven; çalışanların bilgi düzeyi ve güven duygusu uyandırması
- Empati

Hizmet kalitesi yöntemi SERVQUAL, müşterilerin istek veya beklentileri ile algılamaları arasındaki farklılık ölçüsüdür (Bozdağ ve diğerleri, 2003:4). Beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki farkı ifade eden algılanan hizmet kalitesi, SERVQUAL Modeli kapsamında; Algılanan Hizmet Kalitesi (Q)= Algılanan Hizmet (P)- Beklenen Hizmet (E) şeklinde formüle edilmekte ve bu yolla her soru önermesi için SERVQUAL skoru hesaplanmaktadır. SERVQUAL Modeli, algı ve beklenti farkına dayalı olarak beş boyutta hizmet kalitesi ölçümünü gerçekleştirerek, müşterilerin algıladığı genel hizmet kalitesini ortaya çıkarmaktadır (Ataman ve diğerleri, 2011: 77). Hizmet kalitesi ölçümü sonucunda üç durum ortaya çıkar (Yılmaz ve diğerleri, 2007: 237):

- Beklenen Kalite > Algılanan Kalite ise Düşük Kalite
- Beklenen Kalite < Algılanan Kalite ise Yüksek Kalite
- Beklenen Kalite = Algılanan Kalite ise Doğru Kalite

Servqual yönteminin uygulama alanları; Farklı zamanlardaki müşteri beklentilerini ve algılamalarının karşılaştırılması, firmanın kendi Servqual puanını rakiplerinkine ile karşılaştırılması, farklı kalite algılamalarına sahip müşteri kısımlarının incelenmesi, iç müşterilerin kalite algılamalarının değerlendirilmesi şeklindedir (Eleren ve diğerleri, 2007: 79).

3.1. Lojistik Sektöründe Servqual Yöntemi

Sürekli artan rekabet karşısında var olabilmesi, hammadde ve ürünlerini hızlı, etkin bir şekilde tedarik ederek müşterilerine sunabilmesinde lojistik kavramı ve lojistik kalitesi önem taşımaktadır. Servqual yöntemi ile lojistik sektörde hizmet kalitesi ölçülebilmektedir. Servqual yönteminde bulunan beş boyutun lojistik sektörüne uyarlanması aşağıdaki gibidir:

Fiziksel Özellikler: Firmaların hizmet sunumundaki araç-gereçlerini, personel görünümünü kapsamaktadır. Lojistik sektöründe ise, taşıma araçlarının modern ve yeni olması, personelin kıyafetinin temiz ve düzenli olması ve şubelerin estetik açıdan görünümünün iyi olması fiziksel özellikler boyutunda önem taşımaktadır.

Güvenilirlik: Güvenilirlik boyutu, taahhüt edilen hizmeti zamanında ve hatasız yerine getirebilmesidir. Lojistik sektöründe ise, taşınacak ürünün müşteriye zamanında, zarar görmeden, doğru adrese ulaştırılması ve fatura işlemlerinin doğru yapılmasıdır.

Heveslilik: Heveslilik boyutu, müşteriye hızlı hizmet verilmesi, müşterinin sorunlarını çözebilme yeteneğidir. Lojistik sektöründe ise, müşterinin taleplerini zamanında yerine getirebilme, taşınan ürünün taşıma sürecindeki konumunu bilmesi için sağlanan uygulamaların yapılması, personelin müşteriye yardım etme isteğidir.

Güven: Güven boyutu, personelin müşteriye güven duygusu oluşturabilmedir. Lojistik sektöründe ise, firmanın lojistik konusundaki bilgi ve deneyimleriyle uzman olduğunu müşteriye yansıtmasıdır. Müşteriye, taşınan ürünün sorunsuz bir şekilde teslim edileceğinin güvencesini vermektir.

Empati: Personelin kendisini müşterinin yerine koyarak müşteriye ilgi göstermesidir. Lojistik sektöründe ise, müşterinin firmaya kolayca iletişime geçebilmesi, personelin müşteriye ilgi göstermesi, kendini onun yerine koyabilmesidir.

Sonuç

Hizmet kalitesi kavramı, ölçülmesi zor bir kavramdır. Lojistik hizmetin kalitesinin en önemli belirleyicisi, bu hizmeti algılayan müşterilerdir. Günümüzde giderek daha rekabetçi hale gelen lojistik sektöründe, hizmet kalitesinin ölçülmesi, iyileştirilmesi ve müşteri beklentilerinin anlaşılabilmesi açısından Servqual yöntemi önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Servqual yöntemi, Parasuraman ve Len Berry tarafından 1985 yılında geliştirilmiştir. Hizmet kalitesini beş ana boyutta ele almaktadır. Bu boyutlar; Fiziksel boyutlar, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empatidir.

Servqual yöntemi lojistik sektöründe çalışan yöneticilere yol gösterici bir özelliğe de sahiptir. Lojistik sektöründe kalitenin yükselmesi, sadece lojistik sektöründe değil aynı zamanda diğer sektörlerde de olumlu yansıyacaktır. Kalitenin yükselmesiyle işletmeler uluslararası alanda rekabet edebilme imkânı sağlamaktadır.



Kaynakça

- Alkusal M. (2006) *Dondurulmuş Gıda Sektöründe Bütünleşik Lojistik İlişkilerin Lojistik Hizmet Kalitesine ve Performansına Etkisi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi.
- Ardıç, Kadir ve Türker, Baş, (2001) Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesinin (Müşteri Tatmininin) Ölçülmesi-Sakarya Doğum ve Çocuk Bakımevi Hastanesinde Bir Uygulama, *Sosyal Bilimler Dergisi*, No:4, 2001
- Ataman, Göksel, Nihal, Kartaltepe, Behram ve Sedat Eşgi (2011) İş Amaçlı Havayolu Pazarında Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Türk Hava Yolları "Business Class" Yolcuları Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, s.74-87
- Bozdağ, Nihat, Murat Atan ve Şenol Altan (2003). Hizmet Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *VI Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Ankara. s.32-45.
- **Çağlar, Berna, M. (2014)** Lojistik İşletmelerinde Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı, Müşteri Memnuniyeti ve İşletme Performansı İlişkisi: Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, s. 41-55
- Çancı, Metin ve Murat Erdal. (2003). *Lojistik Yönetimi: Freight Forwarder El Kitabı*. İstanbul: UTİKAD Yayını.
- Çiçek, Recep ve İsmail, Can, Doğan (2009) Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1), s.199-207.
- Eleren, Ali, Çetin Bektaş ve A., Şahin, Görmüş (2007), Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(514), s.75-88
- Ghobadian, Abby, Simon Speller ve Matthew Jones (1994). Service Quality Concept and Models, *International Journal of Quality & Reliability Management* 11(9), s43-46.
- Han, Sang-Lin ve Baek, Seung. (2004), Antecedents and Consequences of Service Quality in Online Banking: An Application of the SERVQUAL Instrument, *Advances in Consumer Research*, 31(1), s.208-214.
- Hoffman, K., Douglas. ve Bateson, John. E. G.; (1997), *Essential of Service Marketing*, The Dryden Press, USA.
- İçöz, Orhan. (2005). *Hizmet Pazarlaması*. Ankara: Turan Kitabevi
- Karadeniz, Vedat ve Erdal Akpınar (2011) Türkiye'de Lojistik Köy Uygulamaları ve Yeni Bir Lojistik Köy Önerisi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, s.49-71
- Kotler, Philip ve Armstrong, Gary, (2004). *Principles of Marketing*, International Edition, Tenth Edition, Pearson, Prentice Hall., USA
- Lovelock, C. (1996). *Services Marketing*, 3.ed., Newjersey: Prentice Hall.
- Özer, Sürer, Pınar. ve Pınar , Özkan, Özdemir (2007). *Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri*. Editörler: Şevkinaz Gümüsoğlu ve diğerleri. Hizmet

Kalitesi(2-28). Detay Yayıncılık. Ankara.

- Sezen, Bülent ve Mehmet, Şahin, Gök. (2004) Logistics Management and Just-In-Time Manufacturing Systems”, *International Logistics Congress 2004, Conference Proceedings*, Vol: II, Dokuz Eylül Pub., ILC İzmir, s.719.
- Sezen, Bülent, Cengiz, Yılmaz ve Güzide, Gezgin (2002) Lojistik İşlevinin Pazarlama ve Üretim Birimleri Arasındaki Bağlayıcı Rolü ve İşletme Performansı Üzerine Etkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 17(2), s.133-146
- Uyguç, Nermin. (1992). *Hizmet Kalitesi Olgusunun Analitik Bir Yaklaşımla İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, Veysel, Zeynep, Filiz ve Betül, Yaprak (2007). SERVQUAL Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 299-316.