

	MAKALE ADI	SAYFA
1	KORSANLIK VE DENİZ HAYDUTLUĞU İLE MÜCADELE: SOMALİ ÖRNEĞİ VE TÜRKİYE'NİN KATKILARI <i>İlhan TABUR, Mehmet Nasih TAĞ, Nejat Atilla DEMİRHAN</i>	1-20
2	TÜRKİYE'DE LİSANSÜSTÜ LOJİSTİK EĞİTİMİN İÇERİK ANALİZİ İLE İNCELENMESİ <i>Doç. Dr. Özkan BALI, İlter ENİSOĞLU, Fırat SEZER</i>	21-36
3	TEHLİKELİ MADDE TAŞIMACILIĞI YAPAN HAVA KARGO ŞİRKETİNE UÇAK SEÇİMİ MODELLEMESİ <i>R. Gizem MUKANBAY, Ebru ÖZTÜRK, Özge KÜÇÜK, Prof. Dr. Serpil EROL</i>	37-51
4	LOJİSTİK KÖY KONSEPTİ VE KAYSERİ BOĞAZKÖPRÜ LOJİSTİKKÖYÜ PUANLANDIRMASI <i>Veli ÇEVİK, Mustafa YILMAZ</i>	52-70
5	TÜRK HAVA KUVVETLERİNDE KULLANILAN KARAR DESTEK SİSTEMLERİNİN LOJİSTİK AÇIDAN ANALİZİ <i>Süleyman Eray YILDIZ</i>	71-85
6	TAŞIMACILIĞIN YENİ TRENDİ INTERMODAL SİSTEMİNİN TÜRKİYEDEKİ KONUMU VE TÜRK OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE UYGULANIŞI <i>Bilal ŞEKER</i>	86-102
7	KARGO HİZMET SAĞLAYICILARINDA HİZMET KALİTESİ VE KURUMSAL MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ: KONYA İLİ ÖRNEĞİ <i>Gökçen SONGUR, Yrd. Doç. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK</i>	103-119
8	SAVUNMA VE GÜVENLİK ORGANİZASYONLARINDA YÜRÜTÜLEN LOJİSTİK İLE ÖZEL SEKTÖR LOJİSTİĞİNİN ENTEGRASYONU <i>Kadir DÜZGÜN</i>	120-143



Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi

IDEAS




ISSN: 2149 - 5823

Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi yılda 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Türkçe ve İngilizce dillerinde iktisat, işletme, uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, davranış bilimleri, maliye, ekonometri, çalışma ekonomisi ve endüstriyel ilişkiler, bankacılık ve finans, insan kaynakları yönetimi, yönetim bilişim sistemleri, sosyal hizmet, uluslararası ticaret ve lojistik, sağlık bilimleri yönetimi ve ilişkili alanlarda makaleler yayımlar. Dergide yayımlanan makalelerin dil, bilim, yasal ve etik sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Editörler / Editors in Chief

-  Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Ömer TURUNÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)

Yayın Kurulu / Editorial Board

-  Doç. Dr. Ömer TURUNÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
-  Yrd. Doç. Dr. İrfan AKKOÇ (THK Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

-  Prof. Dr. Abdülkadir VAROĞLU (Başkent Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Ali ÖZDEMİR (Dokuz Eylül Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR (Marmara Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Haluk KORKMAZYÜREK (Toros Üniversitesi)
-  Prof. Dr. İbrahim EROL (Celal Bayar Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Levent KÖSEKAHYAOĞLU (Süleyman Demirel Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Mustafa Kemal DEMİRCİ (Dumlupınar Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Mahmut PAKSOY (İstanbul Kültür Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Nejat BASIM (Başkent Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER (Dokuz Eylül Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Ozan BAHAR (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI (Süleyman Demirel Üniversitesi)

- Prof. Dr. Süleyman TÜRKEL (Toros Üniversitesi)
- Prof. Dr. Uğur YOZGAT (Marmara Üniversitesi)
- Prof. Dr. Umur AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
- Prof. Dr. Ünsal SIĞRI (Başkent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Ahmet ERKUŞ (Bahçeşehir Üniversitesi)
- Doç. Dr. Bekir GÖVDERE (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Doç. Dr. Cengiz DURAN (Dumlupınar Üniversitesi)
- Doç. Dr. Gülizar KURT GÜMÜŞ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
- Doç. Dr. Hakan TURGUT (Başkent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Haldun YALÇINKAYA (TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi)
- Doç. Dr. Harun ŞEŞEN (Lefke Avrupa Üniversitesi)
- Doç. Dr. Köksal HAZIR (Toros Üniversitesi)
- Doç. Dr. Mazlum ÇELİK (Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
- Doç. Dr. Murat ÇUHADAR (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Doç. Dr. Necdet BİLGİN (Celal Bayar Üniversitesi)
- Doç. Dr. Sait GÜRBÜZ (Kara Harp Okulu)
- Doç. Dr. Yusuf GÜMÜŞ (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Not: İsimler, akademik ünvan ve alfabetik sıra gözetilerek sıralanmıştır.

*Dergide yayımlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir.
Yayımlanan eserlerde yer alan içerikler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.*

*All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.
The published contents in the articles cannot be used without being cited.*

Makalenin on-line kopyasına erişmek için / To reach the on-line copy of article:
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/uiibd/>

KARGO HİZMET SAĞLAYICILARINDA HİZMET KALİTESİ VE KURUMSAL MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ: KONYA İLİ ÖRNEĞİ*

Gökçen SONGUR¹

Arzum BÜYÜKKEKLİK²

ÖZET: Bu çalışmada kurumsal müşterilerin kargo hizmetlerine yönelik hizmet kalitesi algısı ve müşteri memnuniyeti düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla SERVQUAL Ölçeği, kurumsal müşteri memnuniyetini ölçmek için ise Müşteri Memnuniyet Endeksi kullanılmıştır. Zaman kısıtı ve maddi imkanlar sebebiyle araştırma Konya İli Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekteki sanayi işletmeleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada veri, işletmelerin kargo faaliyetleri ile ilgilenen departman yetkililerinden yüz yüze anket yöntemi ile toplanmış, 116 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Araştırma bulguları sanayi işletmelerinin kargo taşımacılığı hizmetlerine yönelik beklentilerinin yüksek düzeyde olduğunu, buna karşın işletmelerin almış olduğu hizmetlere ilişkin algılarının beklentilerini karşılamadığını göstermiştir. Ayrıca yapılan hipotez testleri sonucunda, sanayi işletmelerinin kargo hizmet sağlayıcılardan beklentileri, algıları ve müşteri memnuniyeti düzeylerinin işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörlere göre değiştiği ancak işletmelerin faaliyet süresi, çalışan sayısı ve çalışılan kargo şirketi değişkenlerine göre farklılık göstermediği de belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet kalitesi, kargo hizmet sağlayıcıları, müşteri memnuniyeti, SERVQUAL.

Jel Sınıflandırması: D81, L93, R41.

SERVICE QUALITY AND CORPORATE CUSTOMER SATISFACTION IN CARGO TRANSPORTATION: A RESEARCH IN KONYA

ABSTRACT: This study aims to measure corporate customers service quality perception and their customer satisfaction levels regarding cargo services. The SERVQUAL Scale was used to measure service quality and the Customer Satisfaction Index was used to measure customer satisfaction. Due to temporal and financial limitations, the research was limited with the medium and large sized industrial companies operating in the Organized Industrial Zone of Konya. Research data were collected from the officials of the departments which are related the cargo activities of companies by the method of face-to-face questionnaire, and 116 usable questionnaire forms were acquired. The findings of the research showed that industrial companies have high level expectations regarding cargo services but that their perceptions regarding the services they receive did not meet their expectations. It was also determined as a result of the hypothesis tests made that the expectations of industrial companies from cargo service providers and their perceptions and customer satisfaction levels regarding those service providers varied by the industry they operate in, but did not vary the duration of activity history, the number of their employees and the cargo company with which they work.

Key Words: Service quality, cargo transportation services, customer satisfaction, SERVQUAL.

Jel Classification: D81, L93, R41.

1 Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde, songur.gokcen@gmail.com

2 Yrd. Doç. Dr., Niğde Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi Bölümü, Niğde, abuyukkeklik@nigde.edu.tr

* Bu çalışma Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Yrd.Doç.Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK danışmanlığında, Gökçen SONGUR tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden özetlenmiştir.

1. GİRİŞ

Ekonomilerdeki artan ürün çeşitliliği, teknolojinin getirdiği imkanlar ve hızlı karşılanması istenen talepler hem müşteri-işletme arası ilişkileri hem de işletmeler arası ilişkileri farklılaştırmıştır. İşletmelerin iş yapış şekilleri de müşteri ihtiyaçlarını hızlı karşılamak için stokla çalışılan geleneksel yaklaşımdan önemli ölçüde değişmiştir. Bu değişimle birlikte hızlı ve güvenli gönderilere imkan sağlayan kargo taşımacılık hizmetleri hem bireyler, hem de kurumlar için vazgeçilmez hale gelmiştir. Kara, deniz ve hava yolları ile her türlü gönderinin dünyanın dört bir noktasına dağıtımını sağlayan kargo taşımacılık hizmetleri, sunulan hizmetin hızlı ve güvenli olması açısından topluma; yarattığı istihdam, iş hacmi açısından ise işletmelere ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

Kargo taşımacılık hizmetlerinin de içinde yer aldığı hizmetler sektörünün tamamının ülkelerin ekonomisindeki payının artmasıyla hizmet kalitesi konusu giderek önem kazanmıştır. Hizmetlerin taşınmış olduğu kendine özgü ve soyut özelliklerinden dolayı, kaliteleri ile ilgili rakamsal bir ölçüme gidilmesi mallara göre daha zordur. Ancak hizmet kalitesinin ölçümü için de SERVQUAL ve SERVPERF gibi çeşitli ölçekler geliştirilmiş ve yapılan araştırmalarla bu ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri farklı hizmet alanlarında sağlanmıştır. Hizmet sektöründe sağlık alanında yapılan çalışmalarda (Devebakan, 2003; Kıdak vd., 2015; Savaş ve Kesmez, 2014) hastalar, eğitim alanında yapılan çalışmalarda (Gürbüz, 2005; Yılmaz, 2007; Songur, 2015) öğrenciler, bankacılık (Arı vd. 2015; Atış, 2011; Altinel, 2009; Oğuz, 2010) ve kamu sektörlerinde yapılan çalışmalarda (Bostanoğlu, 2012; Filiz, 2011; Filiz vd., 2010) ise vatandaşlar müşteri olarak ele alınmıştır.

Diğer yandan, Türkiye’de yaklaşık 30 yıllık geçmişi bulunan ve reel sektörün önemli çözüm ortaklarından kargo hizmetlerine yönelik araştırmalar (Büyükkelik vd., 2014; Göncü, 2010; Deniz ve Gödekmerdan, 2011; Taşkın ve Durmaz, 2012; Uzun, 2013; Yapraklı, 2006) ise sınırlı sayıdadır. Taşkın ve Durmaz (2012), kargo taşımacılığında hizmet kalitesinin müşteri değeri yaratmadaki rolünü araştırmak üzere Kütahya’da özel bir kargo şirketinden hizmet alan 110 firma yetkilisine anket yapmıştır. Analiz olarak beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi kullanmıştır. Çalışma sonucunda algılanan hizmet kalitesi ile beklenen hizmet kalitesi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Göncü (2010), Trakya Bölgesi’nde (Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ) faaliyet gösteren 12 kargo bayisine mülakat yöntemi uygulamıştır. Çalışmada uzak nokta diye tabir edilen şehir merkezlerinin dışında bulunan ve nüfus yoğunluğu belli sayının altında olan yerlerdeki kargo hizmet alıcılarının kendilerine seyrek hizmet vermesinden dolayı gelişen memnuniyetsizlik durumlarının azaltılmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir. Uzun (2013) kargo taşımacılık sektöründe hizmet kalitesini etkileyen faktörleri belirlemek ve bu faktörlerin önem derecelerini hesaplamaya yönelik üç kargo şirketinde AHS ve TOPSIS yöntemleri ile analizler yapmıştır. Her iki yöntemde de bireysel ve kurumsal müşterilerin en fazla önem verdiği hizmet kalitesini etkileyen faktörün şirkete duyulan güvenilirlik olduğu sonucuna ulaşmıştır. Büyükkelik vd. (2014), kargo şirketlerinin hizmet kalitesi ile hizmet kalitesinin müşteri tatmini ve tekrar satın alma davranışı üzerine etkisini araştırmışlardır. Hizmet kalitesinin ölçümünde SERVPERF Modelinin kullanıldığı çalışmada, yapılan faktör analizleri sonucunda kargo şirketlerinin hizmet kalitesinin fiziksel görünüm, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence ve empati şeklinde beş boyutlu olduğu bulunmuştur. Bu boyutlardan güvenilirlik ve yanıt verebilirliğin, müşterilerin hizmet kalitesi algısında daha yüksek önemde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, kargo

şirketlerinde hizmet kalitesinin müşteri tatmini ve tekrar satın alma davranışı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Bu çalışmada kurumsal müşterilerin kargo hizmetlerine yönelik hizmet kalitesi algısı ve müşteri memnuniyeti düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Yeterli düzeyde maddi imkâna sahip olunamaması ve zaman kısıtları sebebiyle araştırma Konya İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekteki sanayi işletmeleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın hem konuyla ilgili sınırlı literatüre, hem de kargo şirketlerine hizmetlerinin kalitesi ve memnuniyet düzeyleri hakkında bilgi vermesi bakımından katkı sağlaması beklenmektedir. Dört bölümden oluşan çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın yöntemi açıklanmış, üçüncü bölümünde bulgulara yer verilmiştir. Çalışma analizler doğrultusunda elde edilen sonuç ve öneriler bölümüyle tamamlanmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veri, sanayi işletmelerinin çalışmış oldukları kargo şirketleri hakkında detaylı bilgilere sahip olan yetkili departman (Muhasebe ve Finans, Satın Alma, Pazarlama ve Satış, Dış Ticaret, Halkla İlişkiler, İnsan Kaynakları, Planlama ve Sevkiyat, Yönetici, Yönetici Asistanı, Genel Müdür, Şirket Ortağı, Ön Büro, Lojistik) çalışanlarından yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Bunun için üç bölümden oluşan standart bir anket formu hazırlanmıştır. Anketin birinci bölümünde işletmelerin faaliyet gösterdiği sektör, çalışan sayıları, faaliyet yılı, en yoğun çalışılan kargo şirketi ve mevcut kargo şirketleri ile ne kadar süredir faaliyetlerin olduğu şeklinde tanıtıcı sorular kullanılmıştır. İkinci bölümde, kargo taşımacılığında hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilen ve akademisyenler tarafından Türkçe'ye çevrilmiş yargılardan -44 yargı- oluşan SERVQUAL Ölçeği kullanılmıştır. Anket formunun son bölümünde ise kurumsal müşteri memnuniyetini ölçmek için Michigan Üniversitesi, American Society for Quality ve uluslararası danışmanlık firması CFI tarafından geliştirilen ve yine akademisyenler tarafından Türkçe'ye çevrilmiş yargılardan -3 yargı- oluşan Amerikan Müşteri Memnuniyet Endeksi Ölçeği kullanılmıştır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümlerinde bulunan toplam 47 yargıda "1.Kesinlikle Katılmıyorum" ve "5. Kesinlikle Katılıyorum" ifadelerini temsil edecek şekilde 5'li Likert Derecelendirmesi kullanılmıştır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Konya İlinde faaliyet gösteren ve 50'den fazla işçi çalıştıran orta ve büyük ölçekteki sanayi işletmeleri oluşturmuştur. Konya Ticaret Odası'nın 2015 yılında yayınlamış olduğu "Konya Ekonomi Raporu 2014" verilerine göre ildeki orta ve büyük ölçekli işletme sayısı 284'dür (www.kto.org.tr, 10.10.2015). Konya İli'nde imalat faaliyetinde bulunan bu işletmelerin en yoğun bulunduğu bölgenin Konya Organize Sanayi Bölgesi (KOSB) olması nedeniyle araştırma bu bölgede bulunan ve gönüllülük ilkesine göre anketi doldurmayı kabul eden işletmeler üzerinde yürütülmüştür. Araştırma sürecinde KOSB'de faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekteki tüm işletmelere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bazı işletme temsilcilerinin araştırmaya katılımı kabul etmemesi sebebiyle 120 işletmeden veri toplanabilmiştir. Hatalı ve eksik doldurulduğu tespit edilen 4 anketin iptal edilmesiyle 116 kullanılabilir anket değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma verileri Kasım 2015'de toplanmıştır.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden beklentileri, algıları ve müşteri memnuniyeti düzeylerinin işletmelerin faaliyet gösterdiği sektör, işletme yaşı, çalışan sayısı ve çalışılan kargo şirketi değişkenlerine göre farklılaşp farklılaşmadığına yönelik kurulan hipotezler aşağıda yer almaktadır:

H1a: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri işletmelerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık gösterir.

H1b: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin algıları işletmelerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık gösterir.

H1c: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin müşteri memnuniyetleri işletmelerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık gösterir.

H2a: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri işletmelerin yaşına göre farklılık gösterir.

H2b: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin algıları işletmelerin yaşına göre farklılık gösterir.

H2c: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin müşteri memnuniyetleri işletmelerin yaşına göre farklılık gösterir.

H3a: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri işletmenin çalışan sayısına göre farklılık gösterir.

H3b: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin algıları işletmenin çalışan sayısına göre farklılık gösterir.

H3c: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin müşteri memnuniyetleri işletmenin çalışan sayısına göre farklılık gösterir.

H4a: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklentileri işletmelerin çalıştığı kargo şirketine göre farklılık gösterir.

H4b: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin algıları işletmelerin çalıştığı kargo şirketine göre farklılık gösterir.

H4c: Sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin müşteri memnuniyetleri işletmelerin çalıştığı kargo şirketine göre farklılık gösterir.

2.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada öncelikle kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alfa Katsayısı hesaplanmıştır. Hizmet kalitesi beklentilerine ilişkin ölçeğin (22 yargı) Cronbach Alpha Katsayısı 0,844; hizmet kalitesi algısına ilişkin ölçeğin (22 yargı) Cronbach Alpha Katsayısı 0,929 ve müşteri memnuniyeti ölçeğinin (3 yargı) Cronbach Alpha Katsayısı 0,820 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Cronbach Alpha Katsayısı 0,80 ile 1,00 arasında olduğundan araştırmadaki ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Özdamar, 1999: 552).

Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde t-testi ve ANOVA kullanılmıştır. İlişkili örneklem için kullanılan t-testi iki bağımsız grup arasında, ANOVA ise ikiden fazla bağımsız grubun birbirleri arasında bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılan yöntemlerdir (Büyüköztürk, 2004: 67-71). Son olarak, sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinin

kalitesine yönelik beklenti ve algıları arasındaki farkı gösteren SERVQUAL Skoru hesaplanmış, müşteri memnuniyeti analiz edilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri

Araştırmaya katılan sanayi işletmelerinin faaliyet gösterdiği sektörler, kaç yıldır faaliyet göstermekte oldukları, en yoğun çalıştıkları yani hizmet aldıkları kargo şirketleri ve aynı kargo şirketi ile çalışma sürelerine ait bilgiler Çizelge 1’de verilmiştir. Buna göre araştırma kapsamındaki işletmeler otomotiv, makine ekipmanları ile metal ve döküm sanayinde yoğunlaşmıştır. Araştırma kapsamındaki işletmelerin büyük bir çoğunluğu (%91) 10 yıldan fazla süredir faaliyetlerini sürdürmektedir. Çalışan sayılarına bakıldığında ise büyük bir çoğunluğunun (%90,5) 50 ile 249 arası çalışana sahip orta büyüklükte işletmelerden oluştuğu görülmektedir. İşletmeler, en yoğun çalıştıkları yani hizmet aldıkları kargo şirketleri olarak sırasıyla Yurtiçi Kargo, Sürat Kargo, Mng Kargo, Aras Kargo, Kargokar Kargo ve diğer kargo şirketlerini belirtmiştir. İşletmelerin büyük bir kısmı (%95,7’si) en az 4 yıl ve üstü süredir kargo şirketleri ile çalıştıklarını belirtmiştir. Aynı kargo şirketi ile çalışma durumuna bakıldığında ise %24,1’i 10 yıl ve üstü süredir, %37,1’i 4–9 yıl arası aynı şirket ile çalıştığını belirtmiştir.

Çizelge 1: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı

Faaliyet gösterilen sektör	Frekans	Yüzde	En yoğun çalışılan kargo şirketi	Frekans	Yüzde
Ambalaj	6	5,2	Ups	6	5,2
Gıda	11	9,5	Yurt içi	51	44,0
Otomotiv	25	21,6	Aras	15	12,9
İnşaat	6	5,2	Mng	17	14,7
Makina ve Ekipmanları	25	21,6	Sürat	20	17,2
Tekstil	3	2,6	Kargokar	3	2,6
Mobilya	7	6,0	Diğer	4	3,4
Plastik	6	5,2	Kargo şirketleri ile çalışılan süre		
Metal ve Döküm	4	12,1	1-3 yıl arası	5	4,3
Diğer	3	11,2	4-9 yıl arası	19	16,4
İşletmelerin faaliyet süresi			10 yıl ve üstü	92	79,3
1 - 10 yıl ve arası	9	7,8	Aynı kargo şirketi ile çalışılan süre		
11 - 20 yıl ve arası	28	24,1	1 yıldan az	5	4,3
21 - 30 yıl ve arası	33	28,4	1-3 yıl arası	40	34,5
31 - 40 yıl ve arası	25	21,6	4-9 yıl arası	43	37,1
41 - 50 yıl ve arası	14	12,1	10 yıl ve üstü	28	24,1
51 - 60 yıl ve arası	4	3,4	Çalışan sayısı		
61 yıl ve üzeri	3	2,6	50 ve 249 arası	105	90,5
			250 ve üstü çalışan	11	9,5
Toplam	116	100	Toplam	116	100

3.2. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kargo Şirketlerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarına İlişkin Bulgular

İşletmelerin kargo şirketlerine ait hizmet kalitesi beklentileri ve algılarının ortalamaları ve standart sapmaları Çizelge 2’de verilmiştir. Buna göre hizmet kalitesine ait beklenti seviyesi 5 üzerinden 4,13 ortalama ile 0,33 standart sapma olarak ölçülmüştür. Bu

durumda işletmelerin yüksek düzeyde hizmet kalitesi beklentisi içerisinde oldukları söylenebilir. İşletmelerin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algılarının ortalaması ise 3,65 ve standart sapması 0,17 olarak ölçülmüştür. Bu durum işletmelerin sunulan hizmet kalitesine ait algılarının orta düzeyin biraz üzerinde olduğunu göstermektedir.

Verilen cevaplara göre beklenen hizmet kalitesi yargılarına ait ortalamaların hemen hemen her yargı için 5 üzerinden 4'e yakın ve üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek beklenti değerleri alan yargılar "B5: Kargo şirketi bir hizmeti belirli bir zamanda yapmaya söz verdiğinde daima yerine getirmelidir", "B8: Kargo şirketi her türlü hizmeti söz verdiği zamanda sunmalıdır" ve "B6: Kargo şirketi müşterilerin bir sorunu olduğunda çözüm için samimiyetle davranmalıdır" olmuştur. Diğer yandan beklentilerle ilgili yargılardan "B2: Kargo şirketinin ofis ortamı görsel olarak çekici olmalıdır" ve algılamalar ile ilgili yargılardan "A2: Kargo şirketinin ofis ortamı görsel olarak çekicidir" diğer yargılara göre en düşük düzeyde değer almışlardır. Algılanan hizmet kalitesi değişkenlerine ilişkin verilen cevaplara göre "A11: Kargo şirketi çalışanları müşterilere hızlı hizmet sunar", "A9: Kargo şirketi kayıtlarını hatasız tutar" ve "A10: Kargo şirketi çalışanları sunacağı hizmetlerin zamanını tam olarak müşterilerine söyler" yargılarına yönelik algıların en yüksek değerler aldığı görülmektedir.

Çizelge 2: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kargo Şirketlerine Yönelik Beklenti ve Algılarına İlişkin Bulgular

Beklentiler	Ort.	Std. Sp.	Algılar	Ort.	Std. Sp.
B1. Kargo şirketi modern araç-gereç ve teknolojiye sahip olmalıdır.	4,14	0,70	A1. Kargo şirketi modern araç-gereç ve teknolojiye sahiptir.	3,74	0,66
B2. Kargo şirketinin ofis ortamı görsel olarak çekici olmalıdır.	3,46	0,95	A2. Kargo şirketinin ofis ortamı görsel olarak çekicidir.	3,34	0,71
B3. Kargo şirketinin çalışanları düzgün görünüşlü olmalıdır.	3,76	0,86	A3. Kargo şirketinin çalışanları düzgün görünüşlüdür.	3,71	0,70
B4. Kargo şirketinin fiziksel görünümü sunduğu hizmete uygun olmalıdır.	4,07	0,67	A4. Kargo şirketinin fiziksel görünümü sunduğu hizmete uygundur.	3,74	0,69
B5. Kargo şirketi bir hizmeti belirli bir zamanda yapmaya söz verdiğinde daima yerine getirmelidir.	4,69	0,47	A5. Kargo şirketi bir hizmeti belirli zamanda yapmaya söz verdiğinde daima yerine getirir.	3,37	0,93
B6. Kargo şirketi müşterilerin bir sorunu olduğunda çözüm için samimiyetle davranmalıdır.	4,46	0,50	A6. Kargo şirketi müşterilerin bir sorunu olduğunda çözüm için samimiyetle davranır.	3,70	0,74
B7. Kargo şirketi hizmeti ilk seferinde doğru bir şekilde yerine getirmelidir.	4,44	0,76	A7. Kargo şirketi hizmeti ilk seferinde doğru bir şekilde yerine getirir.	3,50	0,83
B8. Kargo şirketi her türlü hizmeti söz verdiği zamanda sunmalıdır.	4,58	0,50	A8. Kargo şirketi her türlü hizmeti söz verdiği zamanda sunar.	3,40	0,83
B9. Kargo şirketi kayıtlarını hatasız tutmalıdır.	4,35	0,59	A9. Kargo şirketi kayıtlarını hatasız tutar.	3,87	0,65
B10. Kargo şirketi çalışanları sunacağı hizmetlerin zamanını tam olarak müşterilerine söylemelidir.	4,35	0,62	A10. Kargo şirketi çalışanları sunacağı hizmetlerin zamanını tam olarak müşterilerine söyler.	3,86	0,67
B11. Kargo şirketi çalışanları müşterilere hızlı hizmet sunmalıdır.	4,44	0,53	A11. Kargo şirketi çalışanları müşterilere hızlı hizmet sunar.	3,94	0,69
B12. Kargo şirketi çalışanları müşterilere her zaman yardımcı olmaya istekli olmalıdır.	4,23	0,52	A12. Kargo şirketi çalışanları müşterilere her zaman yardımcı olmaya isteklidir.	3,63	0,74
B13. Kargo şirketi çalışanları müşterilerin isteklerini aksatacak ölçüde yoğun olmamalıdır.	3,84	0,82	A13. Kargo şirketi çalışanları müşterilerin isteklerini aksatacak ölçüde yoğun değildir.	3,60	0,85

B14. Kargo şirketi çalışanlarının davranışları müşteriye kendini güvende hissettirmelidir.	4,22	0,53	A14. Kargo şirketi çalışanlarının davranışları müşteriye kendini güvende hissettirir.	3,62	0,71
B15. Kargo şirketi müşteriye kendini güvende hissettirmelidir.	4,22	0,48	A15. Kargo şirketi müşteriye kendini güvende hissettirir.	3,64	0,66
B16. Kargo şirketi çalışanları kibar/nazik olmalıdır.	3,94	0,69	A16. Kargo şirketi çalışanları kibar/naziktir.	3,85	0,82
B17. Kargo şirketi çalışanları yeterli bilgi düzeyine sahip olmalıdır.	3,96	0,73	A17. Kargo şirketi çalışanları yeterli bilgi düzeyine sahiptir.	3,51	0,82
B18. Kargo şirketi müşterileri ile bireysel olarak (tek tek) ilgi göstermelidir.	3,89	0,71	A18. Kargo şirketi müşterileri ile bireysel olarak (tek tek) ilgilenir.	3,69	0,74
B19. Kargo şirketi müşteriler için uygun çalışma saatlerine sahip olmalıdır.	3,98	0,79	A19. Kargo şirketi müşteriler için uygun çalışma saatlerine sahiptir.	3,85	0,75
B20. Kargo şirketi müşteriler ile içtenlikle ilgilenen çalışanlara sahip olmalıdır.	3,96	0,74	A20. Kargo şirketi müşteriler ile içtenlikle ilgilenen çalışanlara sahiptir.	3,70	0,74
B21. Kargo şirketi müşterilerin ihtiyaçları ile içten ilgilenmelidir.	4,00	0,65	A21. Kargo şirketi müşterilerin ihtiyaçları ile içten ilgilenir.	3,59	0,76
B22. Kargo şirketi çalışanları müşterilerin bireysel (özel) ihtiyaçlarını anlamalıdır.	3,80	0,77	A22. Kargo şirketi çalışanları müşterilerin bireysel (özel) ihtiyaçlarını anlar.	3,46	0,82
Beklentilerin Genel Ortalaması	4,13	0,33	Algıların Genel Ortalama	3,65	0,17

3.3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Kargo Şirketlerinden Duydukları Müşteri Memnuniyetine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmelerin kargo şirketlerinin sunmuş oldukları hizmetlere yönelik memnuniyet düzeyleri 5 üzerinden 2,92 ortalama ve 0,54 standart sapma olarak ölçülmüştür (Çizelge 3). Buradan işletmelerin kargo şirketlerinin sunmuş oldukları hizmete yönelik memnuniyet düzeylerinin orta düzeyde olduğu yani tam bir memnuniyet durumun oluşmadığı söylenebilir. Buna göre ankete katılan işletme temsilcilerinin “M1: Kargo şirketinin müşteri hizmetlerinden genel olarak memnunum” yargısına 3,54 ortalama ile katıldıkları, “M2: Kargo şirketinin müşteri hizmetleri beklentilerimin üzerindedir” ve “M3: Kargo şirketinin sunduğu müşteri hizmetleri, hayalimdeki ideal müşteri hizmetlerine çok yakındır” yargılarında ise 2,63 ve 2.60 ortalama ile kararsız kaldıkları görülmüştür. Bu durum kargo şirketlerinin sunmuş olduğu hizmetlerin, müşterilerin beklentilerinin üzerinde olmadığını ortaya koymaktadır.

Çizelge 3: Araştırma Katılan İşletmelerin Kargo Şirketlerinden Duydukları Müşteri Memnuniyetine İlişkin Bulgular

Müşteri Memnuniyeti Yargıları	Ort.	Std. Sp.
M1. Kargo şirketinin müşteri hizmetlerinden genel olarak memnunum.	3,54	0,76
M2. Kargo şirketinin müşteri hizmetleri beklentilerimin üzerindedir.	2,63	0,86
M3. Kargo şirketinin sunduğu müşteri hizmetleri, hayalimdeki ideal müşteri hizmetlerine çok yakındır.	2,60	0,96
Müşteri Memnuniyeti Genel Ortalaması	2,92	0,54

3.4. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesine İlişkin Bulgular

İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektöre İlişkin Değerlendirme

İşletmelerin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklenti, algı ve müşteri memnuniyetlerinin, faaliyet gösterdikleri sektörler göre farklılık gösterdiğini iddia eden H1a, H1b ve H1c Hipotezlerini test etmek için ANOVA kullanılmıştır. ANOVA’da gruptaki gözlem sayılarının birbirine yakın olması ve 10’dan fazla olması tercih edilen bir

durumdur (Nakip, 2006: 371; Kalaycı, 2010: 133). Bu sebeple sektörler için sayıları 10'dan az olan ambalaj ve plastik, mobilya ve tekstil grupları birleştirilmiş, inşaat grubunda da yer alan 6 işletme diğer grubuna dâhil edilerek tüm grupların büyüklüğü 10 ve üstü hale getirilmiştir. Çizelge 4'te yapılan ANOVA sonuçları verilmiştir.

Çizelge 4: İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör ile Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Farklılıklar

Ortalamalar	Sektör		
	Homojenlik	Anova	
	p	F	p
Beklenti Ortalaması	0,097	0,973	0,447
Algı Ortalaması	0,597	2,765	0,015
Müşteri Memnuniyeti Ortalaması	0,412	2,396	0,033
Test Sonucu	H1a red; H1b ve H1c kabul		

İşletmelerin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklentilerinin işletmenin faaliyet gösterdiği sektörler göre farklılık gösterdiği iddiası ile kurulan H1a hipotezi ANOVA sonucunda $p=0,447$ sonucuna ulaşıldığından 0,05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir. Algılanan hizmet kalitesinin işletmenin faaliyet gösterdiği sektörler göre farklılık gösterdiği iddiası ile kurulan H1b hipotezi ANOVA ile $p=0,015$ sonucuna ulaşıldığından 0,05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir. Buna göre çoklu karşılaştırma tablosunda yer alan Tukey HSD testi sonucu $p=0,012$ çıktığından 0,05 anlamlılık düzeyinde makine ve ekipmanları grubunun ortalamalarının diğer tüm gruplarla anlamlı farklılığı olduğu bulunmuştur. Müşteri memnuniyeti bakımından ise işletmenin faaliyet gösterdiği sektörün kargo şirketlerinden duyulan müşteri memnuniyeti üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde farklılaşmaya yol açtığı belirlenmiş, H1c hipotezi kabul edilmiştir.

İşletmelerin Yaşına İlişkin Değerlendirme

İşletmelerin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklenti, algı ve müşteri memnuniyetlerinin, işletmelerin yaşlarına göre farklılık gösterdiğini iddia eden H2a, H2b ve H2c Hipotezlerini test etmek için ANOVA kullanılmıştır (Çizelge 5). Test sonucunda 0,05 anlamlılık düzeyinde H2a, H2b ve H2c reddedilmiştir. Buna göre, hizmet kalitesi beklenti ve algısı ile müşteri memnuniyeti işletmelerin faaliyet sürelerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Çizelge 5: İşletmenin Yaşı ile Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Farklılıklar

Ortalamalar	Yaş		
	Homojenlik	Anova	
	p	F	p
Beklenti Ortalaması	0,349	0,616	0,542
Algı Ortalaması	0,072	2,198	0,116
Müşteri Memnuniyeti Ortalaması	0,268	1,058	0,351
Test Sonucu	H2a, H2b ve H2c red		

İşletmelerin Çalışan Sayısına İlişkin Değerlendirme

İşletmelerin kargo şirketlerinden aldıkları hizmetlere ilişkin beklenti, algı ve müşteri memnuniyetlerinin, işletmelerin çalışan sayısına göre farklılık gösterdiğini iddia eden

H3a, H3b ve H3c Hipotezleri t-testi ile test edilmiş ve 0,05 anlamlılık düzeyinde her üç hipotez de reddedilmiştir (Çizelge 6). Buna göre, orta ve büyük ölçekteki sanayi işletmeleri arasında kargo şirketlerinin hizmet kalitesine yönelik beklenti, algı ve müşteri memnuniyeti açısından anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Çizelge 6: İşletmenin Çalışan Sayısı ile Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Farklılıklar

Çalışan Sayısı		Ort.	t	p
Beklenti Ortalaması	50 ve 249 arası	4,12	0,60	0,81
	250 ve üstü çalışan	4,15		
Algı Ortalaması	50 ve 249 arası	3,65	3,03	0,73
	250 ve üstü çalışan	3,70		
Müşteri Memnuniyeti Ortalaması	50 ve 249 arası	2,91	0,22	0,53
	250 ve üstü çalışan	3,06		

İşletmelerin En Yoğun Çalıştıkları Kargo Şirketlerine İlişkin Değerlendirme,

İşletmelerin hizmetlere ilişkin beklenti, algı ve müşteri memnuniyetlerinin en yoğun çalıştıkları kargo şirketlerine göre farklılık gösterdiğini iddia eden H4a, H4b ve H4c Hipotezlerini test etmek için ANOVA kullanılmıştır (Çizelge 7). 0,05 anlamlılık düzeyinde her üç hipotez de reddedilmiştir. Buna göre işletmelerin beklenti, algı ve müşteri memnuniyetleri çalışılan kargo şirketine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Çizelge 7: İşletmenin En Yoğun Çalıştığı Kargo Şirketleri ile Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyetine İlişkin Farklılıklar

Ortalamalar	En Yoğun Çalışılan Kargo Şirketleri		
	Homojenlik	Anova	
	p	F	p
Beklenti Ortalaması	0,068	0,269	0,898
Algı Ortalaması	0,471	1,193	0,318
Müşteri Memnuniyeti Ortalaması	0,378	1,135	0,344
Test Sonucu	H4a, H4b ve H4c red		

İşletmelerin Hizmet Kalitesine İlişkin SERVQUAL Skorlarının Hesaplanması ve Fark Analizi

SERVQUAL skorlarının hesaplanması için ankette yer alan yargılar Çizelge 8’de görüldüğü gibi orijinal ölçeğe benzer şekilde beş boyutta toplanmıştır. İşletmelerin kargo şirketlerinin sunmuş olduğu hizmet kalitesine ilişkin beklentileri tüm değişkenler için algılamaların üstünde olduğundan beş boyutta (fiziki görünüm (-0,23), güvenilirlik (-0,93), yanıt verebilirlik (-0,46), güvence (-0,43) ve empati (-0,27)) SERVQUAL skorları negatif olarak hesaplanmıştır.

Buna göre, işletmelerin kargo şirketlerinin hizmet kalitesine ilişkin beklentileri, sunulmuş olan hizmete ilişkin performanstan yüksek seviyededir ve gösterilen performans beklentileri karşılayamamıştır. Beklenti ve algılar arasında oluşan bu farklar değerlendirildiğinde en yüksek farkın güvenilirlik boyutunda olduğu görülmektedir. Güvenilirlik boyutuna ait SERVQUAL skorlarına bakıldığında “A5/B5: Kargo şirketi bir hizmeti belirli zamanda yapmaya söz verdiğinde daima yerine getirmelidir/getirir”, “A6/B6: Kargo şirketi müşterilerin bir sorunu olduğunda çözüm için samimiyetle davranmalıdır/davranır”, “A7/B7: Kargo şirketi hizmeti ilk seferinde doğru bir şekilde yerine getirmelidir/getirir”,

“A8/B8: Kargo şirketi her türlü hizmeti söz verdiği zamanda sunmalıdır/sunar” ve “A9/B9: Kargo şirketi kayıtlarını hatasız tutmalıdır/tutar” hususlarına kargo şirketlerinin önem vermesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Farklar yargılar açısından değerlendirildiğinde ise SERVQUAL skorlarında en yüksek değer “A5/B5: Kargo şirketi bir hizmeti belirli zamanda yapmaya söz verdiğinde daima yerine getirmelidir” yargısında hesaplanmıştır.

İşletmelerin hizmet kalitesi algısına yönelik yapılan değerlendirmede, işletmelerin en yüksek algılama seviyesine sahip olduğu yargı hizmet kalitesinin yanıt verebilirlik boyutundaki “A11: Kargo şirketi çalışanları müşterilere hızlı hizmet sunar” iken, en düşük değerlendirme seviyesine sahip olduğu yargı hizmet kalitesinin fiziki görünüm boyutu ile ilgili olan “A2: Kargo şirketinin ofis ortamı görsel olarak çekicidir” olmuştur.

Çizelge 8: SERVQUAL Boyutlarına İlişkin Skorlar

SERVQUAL Değişkeni	Algılamalar Ort.	Beklentiler Ort.	SERVQUAL Skoru (Algıların Ort. – Beklentiler Ort.)	SERVQUAL Boyutu	SERVQUAL Boyutu Skoru
A1/B1	3.74	4.14	-0.40	Fiziki Görünüm	-0,23
A2/B2	3.34	3.46	-0.12		
A3/B3	3.71	3.76	-0.05		
A4/B4	3.74	4.07	-0.33		
A5/B5	3.37	4.68	-1.31	Güvenilirlik	-0,93
A6/B6	3.70	4.46	-0.76		
A7/B7	3.50	4.44	-0.94		
A8/B8	3.40	4.58	-1.18		
A9/B9	3.87	4.35	-0.48	Yanıt Verebilirlik	-0,46
A10/B10	3.86	4.35	-0.49		
A11/B11	3.94	4.44	-0.50		
A12/B12	3.63	4.23	-0.60		
A13/B13	3.60	4.84	-0.24	Güvence	-0,43
A14/B14	3.62	4.22	-0.60		
A15/B15	3.64	4.22	-0.58		
A16/B16	3.85	4.94	-0.09		
A17/B17	3.51	3.96	-0.45	Empati	-0,27
A18/B18	3.69	3.89	-0.20		
A19/B19	3.85	3.98	-0.13		
A20/B20	3.70	3.96	-0.26		
A21/B21	3.59	4.00	-0.41		
A22/B22	3.46	3.80	-0.34		

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. Sonuçlar

Günümüzde işletmeler açısından hizmet kalitesini artırmak, işletmelerin rakiplerinden farklılaşarak pazarda güçlü bir konuma sahip olması açısından önemli bir stratejik karar alanıdır. Doğru stratejilerle sunulan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti olarak işletmelere dönmektedir. Gerek hizmet kalitesi gerekse müşteri memnuniyeti kargo

taşımacılık hizmetleri sunan işletmeler açısından da hayati öneme sahiptir. Kargo şirketlerinin gerçekleştirdikleri faaliyetlerde müşterileri tarafından tercih edilmelerini sundukları hizmetlerin kalitesi belirlemektedir.

Bu çalışma ile Konya İli'nde Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli sanayi işletmelerinin kargo taşımacılığı faaliyetlerindeki hizmet kalitesi ve bu faaliyetlerden duydukları kurumsal müşteri memnuniyetlerinin düzeyi araştırılmıştır.

Çalışmada, %90,5'i orta ve %9,5'i ise büyük ölçekli olmak üzere KOSB'de faaliyet gösteren 116 işletmeden veri toplanabilmektedir. Çalışmaya katılan işletmelerin büyük çoğunluğunu orta büyüklükteki işletmeler oluşturmuştur. İşletmeler ambalaj sanayi, gıda, otomotiv, makina ve ekipmanları, tekstil, mobilya, plastik, metal ve döküm sanayi şeklinde farklı sektörlerde faaliyet göstermektedir.

İşletmelerin verdikleri cevaplara göre en yoğun çalıştıkları kargo şirketleri sırasıyla Yurtiçi Kargo, Sürat Kargo, MNG Kargo, Aras Kargo ve Kargokar isimli kargo şirketleridir. Bu durum çalışmaya katılan işletmelerin en çok tercih ettiği kargo şirketinin Yurtiçi Kargo Şirketi olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğu 10 yıl ve üstü süredir kargo şirketleri ile çalıştıklarını belirtmiştir. Yine verilen cevaplara göre sanayi işletmelerinin %61,2'si gibi çoğunluğunun 4 yıl ve üstü süredir aynı kargo şirketi ile çalıştıkları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan sanayi işletmelerinin kargo şirketlerinin sunmuş olduğu hizmet kalitesi ile ilgili en yüksek beklentinin olduğu yargılar "kargo şirketi bir hizmeti belirli bir zamanda yapmaya söz verdiğinde daima yerine getirmelidir", "kargo şirketi her türlü hizmeti söz verdiği zamanda sunmalıdır" ve "kargo şirketi müşterilerin bir sorunu olduğunda çözüm için samimiyetle davranmalıdır" olmuştur. Bu durum dikkat edilmesi gereken önemli bir hususu göstermektedir. Beklenen kalite ile ilgili 22 yargı arasında ilk sırada bu yargıların yer almasını tesadüfi ve sıradan bir olay olarak görmek yanlış olur. Bu yargılar Tablo 8'deki boyutlardan "güvenilirlik" boyutu altında yer almaktadır. Elde edilen bu sonuç kargo hizmet kalitesinde "güvenilirlik" boyutunun yüksek öneme sahip olduğunu iddia eden Uzun (2013) ve Büyükkelik vd. (2014) tarafından yapılan çalışmalarındaki bulgular ile de örtüşmektedir. Müşteriler açısından kargo şirketlerinin teslimatlarını söz verdikleri zamanda yerine getirmeleri önemlidir. Bu nedenle kargo şirketlerinin teslimatlarında herhangi bir aksaklık yaşamaması için gerekli tedbirleri önceden alması gerekmektedir.

İşletmelerin en düşük beklenti ve algı düzeyine sahip oldukları yargı "kargo şirketinin ofis ortamı görsel olarak çekicidir" yargısıdır. Çünkü ister bireysel isterse kurumsal müşteriler olsun kargolarının en kısa sürede ve hatasız bir şekilde teslimatının sağlanmasını beklemektedir ve çoğu zaman kargo şirketi ofisine gelmeden bile gönderilerini teslim edebilmektedirler. Dolayısıyla kargo şirketlerinin ofislerinin fiziksel ortamı kargo hizmetleri açısından müşterilerin gözünde öncelikli bir durum yaratmamaktadır.

Çalışmada SERVQUAL ölçeği ile KOSB'de faaliyet gösteren işletmelerin kargo taşımacılığı hizmetlerine yönelik beklenti ve algıları ölçülmüş ve algılanan kalitenin işletmelerin bekledikleri kalitenin aşağısında kaldığı tespit edilmiştir. SERVQUAL skorlarından anlaşıldığı üzere kargo şirketlerinin algı düzeylerinin orta seviyede olmasına karşın, beklenen hizmet kalitesinin yüksek seviyede olması, ayrıca hizmet kalitesine ilişkin yer alan tüm boyutlarda negatif skorlar çıkması, hizmet kalitesine ilişkin tüm boşluklara dikkat edilmesi gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle kargo taşımacılığı hizmeti sunan şirketlerin hizmet kalitesine ilişkin değişkenleri dikkate alarak bu boşluğun kapatılmasına

yönelik stratejiler, çözümler geliştirmesi gerekmektedir. Böylece kargo şirketlerinin hizmet kalitesi yükseldiğinde müşteri memnuniyet düzeylerinin de artacağı düşünülmektedir. Diğer yandan araştırma hipotezlerinin test edilmesi ile şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Kargo şirketlerinden alınan hizmetlere ilişkin beklentilerin işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermediği, ancak hizmet kalitesi algısı ve müşteri memnuniyetinin sektörler için farklılaştığı bulunmuştur. Buna göre sektöre bakılmaksızın tüm müşteriler yüksek hizmet kalitesi beklentisindedir ve kargo şirketleri bu beklentileri karşılamak için çaba göstermelidir. Diğer yandan algı ve memnuniyet sektörler için farklılık gösterdiğinden bu farklılığın nedenleri araştırılmaya muhtaçtır.
- İşletmelerin faaliyet süresi, kargo şirketlerinden beklenen ve algılanan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerinde bir farklılığa sebep olmamaktadır.
- İşletmelerinin büyüklüğü kargo şirketlerinden beklenen ve algılanan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerinde herhangi bir farklılaşmaya yol açmamaktadır.
- Çalışılan kargo şirketine göre beklenen ve algılanan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti farklılaşmamaktadır.

4.2. Öneriler

Kargo Şirketlerine Öneriler

Çalışma sonuçlarına göre hizmet kalitesine yönelik beklenti, algı ve müşteri memnuniyetinin pek çok değişken ve çalışılan kargo şirketine göre farklılık göstermemesi kargo şirketlerinin çok yakın düzeylerde ve birbirlerine benzer hizmetler veriyor olmasından kaynaklanabilir. Bu durum, kargo şirketlerinin birbirlerinden hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetini sağlama noktasında farklılaşmaya gidemediğini ve tek düze veya benzer düzeyde hizmet verdiklerini göstermektedir. Kargo şirketlerinin rekabet edebilmek için farklı olduklarını müşterilerine daha yoğun hissettirmeleri gerekir. Buna yönelik stratejilerin geliştirilmesi faydalı olacaktır.

Araştırmacılara Öneriler

Araştırma hizmet kalitesine yönelik beklenti, algı ve müşteri memnuniyetinin çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterdiğine yönelik hipotezlerin test edilmesi ve SERVQUAL Skorlarının hesaplanması ile sınırlı tutulmuştur. Çalışma, veri setinin ileri düzey istatistik tekniklerle analiz edilmesi ile geliştirilebilir.

Araştırma KOSB’de faaliyet gösteren 116 işletmeyle sınırlı olduğu için elde edilen sonuçlar Türkiye düzeyinde bir genelleme yapmaya olanak sağlamamaktadır. Gelecek çalışmalarda farklı illerden işletmelerin katılımıyla elde edilecek daha büyük bir örnek kütle üzerinde yapılacak araştırma, sonuçların genelleştirilebilmesi açısından daha faydalı olacaktır.

Diğer yandan araştırmada Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeğinden faydalanılarak hizmet kalitesi ölçülmüştür. Gelecek çalışmalarda kargo şirketlerinin hizmet kalitesi farklı ölçeklerle (Cronin ve Taylor, 1992) ve özellikle lojistik

faaliyetlere özel ölçeklerle (Mentzer vd., 1999) ölçülebilir. Bu sayede farklı ölçeklerle elde edilen sonuçların kıyaslanması imkânı doğacak ve yapılacak kıyaslamalar hem kargo şirketlerine hem de sınırlı literatürün gelişmesine fayda sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akgül, A. ve Çevik, O. (2005), İstatistiksel Analiz Teknikleri: SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları, Emek Ofset, Ankara.
- Altınel, G. (2009), "Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Arı, E., Yılmaz, V. ve Dışbudak, E. N. (2015), "SERVQUAL Hizmet Kalitesi Boyutları ile Banka Sadakati Arasındaki İlişki Üzerine Bir Yapısal Eşitlik Modeli Ankara Örneği", Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 52 (609):23-31.
- Atış, A. (2011), " Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Çalışan Memnuniyetine Etkileri", Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bostanoğlu, E. (2012), " Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemiyle Ölçülmesi ve Samsun İl Özel İdaresi'nde Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, On dokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Büyükkelik, A., Bülbül H. ve Özoğlu, B. (2014), "Kargo Hizmet Sağlayıcılarında Kalitenin Tüketici Davranışına Etkisi: Bireysel Tüketici Araştırması", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Dr. Mehmet Yıldız Özel Sayısı): 1-11.
- Büyüköztürk, Ş. (2004), Veri Analizi El Kitabı (4.Baskı), Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", Journal of Marketing, 56, July: 55-68.
- Deniz, A. ve Gödekmerdan, L. (2011), "Müşterilerin Kargo İşletmelerinin Sunduğu Hizmetlere Yönelik Tutum ve Düşünceleri Üzerine Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (2): 379-396.
- Devebakan, N. (2003), " Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (1): 38-54.
- Filiz, Z. (2011), "SERVQUAL Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi", International Journal of Research and Development, 3 (1): 38-49.
- Filiz, Z., Yılmaz, V. ve Yağizer C. (2010), "Belediyelerde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (3): 59-76.
- Göncü, K., K. (2010), "Lojistik Sektöründe Kargo Taşımacılığında Uzak Notka Çözümleri", Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Gürbüz, E. (2005), "Devlet ve Özel İlköğretim Okullarında Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılmasına İlişkin Bir Araştırma", Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 7 (1): 97-119.
- Kalaycı, Ş. (2010), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (5. Baskı), Asil Yayıncılık, Ankara.
- Kıdak, B. L., Nişancı, N. Z. ve Burmaoğlu, S. (2015), "Sağlık Hizmetlerinde Kalite Ölçümü: Kamu Hastanesi Örneği", Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22 (2): 483-500.

- Mentzer, J.T., Flint, D.J and Kent, J.L. (1999), “Developing A Logistics Service Quality Scale”, *Journal of Business Logistics*, 20 (1): 9-32.
- Nakip, M. (2006), *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve SPSS Destekli Uygulamalar* (2. Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Oğuz, D. (2010), “Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemiyle Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özdamar, K. (1999), *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi, Eskisehir.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. V. and Berry L. L. (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, 64 (1) Spring: 12-40.
- Savaş, H. ve Kesmez, G. A. (2014), “Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Modeli İle Ölçülmesi: Aile Sağlığı Merkezleri Üzerine Bir Araştırma”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (17): 1-13.
- Songur, L. (2015), “Eğitimde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi: Aksaray Üniversitesi Şereflikoçhisar Berat Cömertoğlu Meslek Yüksekokulu Örneği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (41): 1000-1012.
- Taşkın, E. ve Durmaz, Y. (2012), *Lojistik Faaliyetler (Hizmet Kalitesi ve Müşteri Değeri)*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uzun, H. (2013), “Kargo Taşımacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi : Ahs ve Topsis Yöntemi”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yapraklı, Ş. (2008), *Kargo Taşımacılık Hizmetleri Pazarlanması ve Hizmet Kalitesi*, Beta Kitapevi, İstanbul.
- Yılmaz, A. (2007), “Aile Turizmüne Yönelik Hizmet Veren Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi: Antalya Bölgesinde Türk ve Alman Turistlere Yönelik Bir Araştırma”. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- <http://www.kto.org.tr/d/file/ekonomi-raporu-2015---web-sitesi.pdf>, (10.10.2015).