

BÖLÜM 8

MÜŞTERİ HİZMETLERİ YÖNETİMİNDE HİZMET KALİTESİ VE MÜŞTERİ DEĞERİNİN ÖNEMİ

Ercan ÇİÇEK¹

Giriş

Günümüzün hızla artan rekabetçi dünyasında, işletmeler açısından rekabetçi üstünlük sağlamak için, hizmet kalitesi ve müşteri değeri kavramları büyük önem taşımaktadır. Yirmibirinci yüzyılda işletmeler, piyasalarda sadece ürün ve hizmetleri ile değil, esas olarak fiyat, kalite, hizmet ve hizmete bağlı diğer konularda rekabet etmektedirler. Bu çalışmada, giderek daha önemli hale gelen hizmet sektöründe, müşteri yapısında ortaya çıkan gelişmeler, müşteri hizmetleri sistemi ve stratejisi, etkili müşteri hizmetleri yönetiminin işletmelere sağladığı yararlar, hizmet kalitesi kavramı ve önemi, hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve müşteri değeri konularını ele alınmıştır.

Müşteri Kavramında Ortaya Çıkan Değişmeler

Geçmişten günümüze tüketici olarak insanın temel olarak iki amacı, ihtiyaçların karşılanması ve toplum içinde kabul görme olarak nitelendirilebilir. Tüketici birey, bir yandan hayatını sürdürülebilmesi için fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak, diğer yandan ise tüketici olarak tutum ve davranışlarıyla sembolik mesajlar vermek ister. Geleneksel toplumdan modern topluma ve modern toplumdan postmodern topluma geçiş, tüketici olarak bireyin bu iki temel amacını değiştirmemiş, ancak amaçlara ulaşma biçimlerinde farklılık yaratmıştır (Torlak, Altunışık & Özdemir, 2007).

Müşteri, belirli bir mağaza ya da işletmeden, düzenli alışveriş yapan, belirli bir markayı tercih eden kişi veya kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır (Demirel, 2017). Müşteri, satılmak üzere pazara sunulan ürün ve hizmeti, belirli bir bedel karşılığında, satın alacak kişi ya da kuruluşlardır. İşletmelerin pazarlama faaliyetlerinde başarılı olabilmesi için, müşteri istek ve ihtiyaçlarını tam olarak karşılayacak ürün ve hizmetlerin üretilerek satılmasını sağlamaları gerekir (Tekin & Zerenler, 2012).

Müşterilerinin hangi yönde değiştiklerini öngörebilen işletmeler, müşteri odaklı düşünebilen işletmelerdir. Müşteriyi odaklı olmak; olaylara, müşterinin bakış açısıyla bakmayı gerektirir. Müşteriyi işletmenin odak noktasına yerleştiren işletmeler, müşterilerle iletişime geçmeye ve onları dinlemeye daha çok zaman harcarlar. Çünkü, müşterilerle doğrudan iletişime geçmek ve onlarla etkileşimli diyalog kurmak, müşterilerin sorunlarını, doğrudan müşterinin gözüyle görmeyi sağlamaktadır (Slywotzky & Morrison, 2000).

¹ Dr. Öğr. Üyesi., Mersin Üniversitesi, ercancecek@mersin.edu.tr

Kaynakça

- Aktepe, C., Baş, M. & Tolon, M. (2015). Müşteri ilişkileri yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık, 38-39.
- Altıntaş, M. H. (1999). Müşteri tatmininden müşteriye değer sağlama analizine doğru yapılanma ve bir analiz önerisi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora tezi, 8-57.
- Argan, M. (2013). Müşteri hizmeti ve hizmet kalitesi, Yavuz Odabaşı (Ed.), Perakendecilikte müşteri ilişkileri yönetimi içinde (s.53-65). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Başanbaş, Ş. (2012). Algılanan kalite, tatmin ve bağlılık ilişkisi üzerine otomotiv yan sanayinde bir araştırma, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı: 10, 18.
- Bayraktar, U. (2014). Hizmet kalitesi ve hizmet değerinin müşteri memnuniyetine etkisi: kara yolu ve demir yolu taşımacılığında bir uygulama, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 39.
- Bayuk, M.N. (2006). Hizmet pazarlaması ve müşteri tutma, Akademik Bakış, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Sayı: 10, 3.
- Berry, L.L., Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A., (1994). Improving service quality in america: lessons learned, Academy of Management Executive, 1994, Vol. 8., No. 2, 32-42.
- Can, P. (2016). Hizmet kalitesinin servqual ölçeği ile ölçülmesi: Uşak üniversitesi merkez kütüphanesi üzerine bir araştırma, Karabük Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, 63-66. <http://dx.doi.org/10.14230/joiss221>.
- Çiğirim, E. (2005). Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi: hizmet sağlayıcıların performansını etkileyen faktörler ve görece etkilerini ortaya çıkarmaya yönelik bir uygulama, G.Y.T.E, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 9-36.
- Çınar, A.Tuncay. (2007). İşletmelerde müşteri hizmeti ve müşteri memnuniyeti ile farklı bankalar ve bölgeler için müşteri memnuniyetini belirlemeye yönelik uygulama, A.D.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 16.
- Çiftçi, A.G, (2006). Hizmet kalitesi ve bankacılık sektöründe hizmet kalitesi ölçümüne yönelik bir uygulama, D.E.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 16-17.
- Dalgıç, A. (2013). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin ölçümü ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler Antalya'da hizmet kalitesi ölçümüne yönelik bir uygulama, A.D.Ü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 22-23.
- Değermen, H.A. (2006). Hizmet ürünlerinde kalite müşteri tatmini ve sadakati, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 5-24.
- Demirel, Y.(2017). Müşteri ilişkileri yönetimi teori uygulama ölçüm, Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., 20.
- Dilşeker, F. (2011). Devlet ve vakıf üniversitelerinde hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti, imaj, sadakat ve tavsiye etme arasındaki ilişkinin incelenmesi, Uşak Üniv, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 14.
- Doyle, P.(2003). Değer temelli pazarlama, Çev: Gülfidan Barış, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.,140.
- Epstein, M.J. & Yuthas, K. (2007). Managing customer value, The Society of Management Accountants of Canada, 3.
- Eren, B.A.(2018). Bankacılıkta hizmet kalitesi ve müşteri deneyimi, Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti, 18-47.
- Filiz, Z., Yılmaz, V. & Yağizer, C. (2010). Belediyelerde hizmet kalitesinin servqual analizi ile ölçümü: eskişehir belediyelerinde bir uygulama, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/Vol.: 10 - Sayı/No: 3, 63.
- Ghobadian, A., Speller, S. & Jones, M.(1994). Service quality concepts and models, The International Journal of Quality & Reliability Management 11. 9: 43.
- Güler, E.G. (2009). Otel işletmelerinde değer yaratma ve müşteri değeri algılaması üzerine bir araştırma: Edirne'deki oteller örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 20., Sayı 1. 64.
- Hemedoğlu, E. (2012). Metro hizmetlerinde hizmet kalitesini ölçme: algılanan hizmet kalitesi ve beklenen hizmet kalitesi üzerine bir karşılaştırma, Yönetim, Yıl: 23., Sayı: 72., 29.
- İnan, H. (2010). Hizmet pazarlaması, Adana: Nobel Kitabevi Yayın Dağıtım ve Pazarlama Ltd. Şti., 135.
- Kandasamy, S. (2016). Enhancing customer value: the principles of value addition, The International Journal of Business & Management, Vol 4 Issue 1., 198.
- Kılıç, B. & Eleren, A. (2010). Termal otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçümü, S.D.Ü., İ.İ.B.F. Dergisi, 15(3), 119.

- Kocatürk, E.B. (2017). Algılanan kaliteye ilişkin literatür taraması ve algılanan kalitenin artırılmasına yönelik öneriler, *İstanbul Journal of Social Sciences*, Winter: Sayı:15, 43.
- Koçoğlu, C.M. ve Aksoy, R. (2012). Hizmet kalitesinin servperf yöntemi ile ölçülmesi: otobüs işletmeleri üzerinde bir uygulama, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı:29, 7.
- Kotler, P., Armstrong, G.(2012).Principles of marketing, New Jersey,Pearson Education, Inc., xvi.
- Odabaşı, Y. (2000). Satışta ve pazarlamada müşteri ilişkileri yönetimi, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 37-154.
- Odabaşı, Y. (2015). Satışta ve pazarlamada müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), İstanbul: Aura Kitapları, 14-122.
- Okumuş, A. & Karçığa, B. (2006). Yapı market müşterilerinin mağaza hizmet kalitesine yönelik değerlendirmeleri, *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 7, Sayı 2, 59-60.
- Özsoy, E.A. (2013). Hizmet sektöründe kalitenin önemi,Deniz Taşçı, Saye Nihan Çabuk (Ed.). Kalite yönetim sistemleri içinde (s.196). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49(4), 42.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L.L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for future research, *Journal of Marketing*, 58, 112.
- Rahman, S., Erdem, R. & Devebakan, N. (2007). Hizmet kalitesinin servqual ölçeği ile değerlendirilmesi: Elazığ'daki hastaneler üzerine bir çalışma, *D.E.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 38-42., 38.
- Sarıyer, N. (2011). Müşteri hizmeti, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 20-22.
- Selvi, M. (2007). Müşteri sadakati, Ankara: Detay Yayıncılık,136-137.
- Sevgi, O.O. (2017). Otel işletmelerinde yabancı turistlerin hizmet kalitesi algısının servqual yöntemle ölçülmesi: antalya'da beş yıldızlı otellerde bir araştırma, İ.K.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 29-30.
- Sevimli, S. (2006). Hizmet sektöründe kalite ve hizmet kalitesi ölçümü üzerine bir uygulama, *D.E.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 14-21.
- Slywotzky, A.J. & Morrison, D.J. (2000). Kâr bölgesi stratejik iş tasarımı yarının kârlarını nasıl oluşturur? Çev: Ebru Kılıç, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 19-20.
- Tekin, M. & Zerenler, M. (2012). Pazarlama, Konya: Günay Ofset, 18.
- Torlak, Ö., Altunışık, R. & Özdemir, Ş. (2007). Yeni müşteri, İstanbul: Bilge Yayıncılık, Matbaacılık A.Ş., 9.
- Treacy, M. & Wiersama, F. (2001). Pazar liderlerinin öğretileri, Çev: İ. Berna Kalınyazgan, Ankara, MediaCat Kitapları, 13-49.
- Tütüncü, Ö. (2013). Kalite ve kalitenin evrimi, Nazmi Kozak (Ed.), Konaklama hizmetlerinde kalite yönetimi içinde (s.23). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Uygun, M. (2013). Müşteri ilişkilerinin ölçülmesi, Yavuz Odabaşı (Ed.), Perakendecilikte müşteri ilişkileri yönetimi içinde (s.157-158). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Yetkil, M.E. (2017). Hizmet kalitesi ve marka imajının müşteri sadakatine etkisi: bankacılık sektöründe bir uygulama, Yüksek Lisans Tezi, T.H.K. Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 32-33.
- Yumuşak, N.U. (2006). Hizmet kalitesinin ölçümü ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler: Uşak ticaret ve sanayi odası uygulaması, *D.E.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, 48.
- Zengin, E. ve Erdal, A. (2000). Hizmet sektöründe toplam kalite yönetimi, *Journal of Qafqaz University*, Volume 3., Number 1. 46-51.