

Freight Forwarder İşletmelerinde Esnekliğin ve Sunulan Hizmet Kalitesinin Güven, Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi

The Impact of Flexibility and Service Quality on Trust, Customer Satisfaction and Loyalty in Freight Forwarder Businesses

Özet

Artan yoğun rekabet, lojistik sektörü içerisinde önemli bir paya sahip olan ve hizmet sağlayıcı kuruluşlar olarak faaliyet gösteren freight forwarder işletmelerinin, varlıklarını devam ettirebilmek adına müşterileri ile olan etkileşimlerini canlı tutacak yeni yöntemler aramalarına yol açmıştır. Pazar içerisinde benzer faaliyetleri sürdüren lojistik hizmet sağlayıcıların, rakipleri arasından farklılaşmasını sağlayan ve tercih edilebilirliğini artıran unsurların başında sunmuş oldukları hizmet kalitesi gelmektedir. Çalışmada, freight forwarder işletmelerinin gösterdiği esnekliğin ve sunduğu hizmet kalitesinin, müşteri güveni, memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisi yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 357 kişiye online anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda freight forwarder işletmelerinde esnekliğin, lojistik hizmet kalitesi ve güven üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu; freight forwarder işletmelerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde direkt, müşteri sadakati üzerinde ise dolaylı ancak anlamlı bir etkisinin olduğu; güvenin müşteri sadakati üzerinde direkt, lojistik esnekliğin ise müşteri sadakati üzerinde dolaylı ancak anlamlı bir etkisinin olduğu saptanmıştır.

Abstract

Increasing intense competition has led freight forwarder companies, which have an important share in the logistics sector and operate as service provider organizations, to seek new methods to keep their interactions with their customers alive in order to continue their existence. The service quality offered by logistics service providers, which carry out similar activities in the market, is one of the factors that differentiate them from their competitors and increase their preferability. In this study, the impact of the flexibility and service quality offered by freight forwarders on customer trust, satisfaction and loyalty is analyzed with structural equation modeling. An online survey was applied to 427 people who were reached by convenience sampling method. As a result of the research, it was found that flexibility in freight forwarder companies has a significant effect on logistics service quality and trust; service quality in freight forwarder companies has a direct effect on customer satisfaction and an indirect but significant effect on customer loyalty; trust has a direct effect on customer loyalty and logistics flexibility has an indirect but significant effect on customer loyalty.

Giriş

Lojistik, üretimi ve tüketimi birbirine bağlamada köprü görevi görmektedir. Bununla birlikte küreselleşme, tedarik sürelerinin kısalması ve müşteri odaklılık gibi faktörler lojistik kavramına karşı ilginin artmasına katkıda bulunmuştur. Genel anlamı ile lojistik,

Ceren Aygün

Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
ceren.aygun@ogr.iu.edu.tr,
Orcid No: <https://orcid.org/0009-0009-2992-4198>

İrfan Akyüz

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi
Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Ana Bilim Dalı, İstanbul, Türkiye
iakyuz@istanbul.edu.tr,
Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-1494-3862>

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Freight Forwarder, Esneklik, Hizmet Kalitesi, Güven, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati

Keywords

Freight Forwarder, Flexibility, Service Quality, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

JEL Codes: L90, M30, N70

Bilgilendirme / Information

Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsünde hazırlanmış, "Freight Forwarder İşletmelerinde Esnekliğin ve Sunulan Hizmet Kalitesinin Güven, Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi" isimli yayınlanmamış yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Çalışmanın araştırma kısmı İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı'nın 26.12.2022 tarih ve 11 sayılı Kararı ile alınan izin doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

Submitted: 18 / 05 / 2023

Accepted: 24 / 09 / 2023

bulunmuştur. Genel anlamı ile lojistik,

müşteri gereksinimlerini karşılamak için ürün ve hizmetlerin akışını ve ilgili bilgileri üretimden tüketime verimli ve etkin bir şekilde yönetmeyi ifade etmektedir (Abdel-Basset, vd., 2021: 1). Ulaştırma, depolama, sipariş yönetimi, paketleme, elleçleme ve gümrükleme gibi yüksek maliyetli kalemlerden oluşan lojistik hizmetler, işletmelerin dış kaynak kullanımına giderek alındığı durumlarda işletmelere maliyet avantajı ve ana faaliyetlerine odaklanma fırsatı sağlamaktadır.

Lojistik hizmet sağlayıcı kuruluş olarak freight forwarder işletmelerinin lojistik faaliyetlerindeki rolü ve önemi her geçen gün artmaktadır. Özellikle ticari piyasalarda sürekli artan rekabet ortamı, dış ticaret işletmelerini, uzmanlık alanları dışında kalan lojistik faaliyetlerini kendilerine maksimum fayda sağlayacak şekilde sürdürmeleri için freight forwarder kullanımına yöneltmektedir. Lojistikte dış kaynak kullanımı, hizmeti alan işletmelerin lojistik hizmet sağlayıcıları kullanarak ana işlerine odaklanmalarına, lojistik maliyetlerini düşürmelerine, hizmet seviyelerini iyileştirmelerine ve müşterilerinin memnuniyetini artırmalarına yardımcı olmaktadır (Mageto, 2022: 3). Burada önemli olan noktalardan bir tanesi, işletmelerin kendi örgüt kültürüne uygun olan lojistik hizmet sağlayıcıları seçmeleridir. Hizmet alan işletmeler ile lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler arasındaki ilişkinin devamlılığı, lojistik hizmet sağlayıcının çeşitli unsurları yönetme becerisine bağlıdır.

Rahman (2011) Avustralya'daki lojistik hizmet sağlayıcılar üzerinden yaptığı çalışmada çoğu hizmet sağlayıcı firmanın yalnızca bir ya da iki temel lojistik fonksiyonda uzmanlaştığını ve hizmet alan firmaların talep ettiği katma değerli veya entegre hizmetleri sunmadığını ifade etmektedir. Jaafar ve Rafiq (2005) yaptıkları çalışmalarında İngiltere'de şirketlerin yaklaşık %75'inin birden fazla lojistik hizmet sağlayıcı kullandığını, üç veya daha fazla lojistik hizmet sağlayıcı kullanan şirketlerin oranının %55'e kadar çıktığını ifade etmektedir. Shi ve diğerleri (2022) yaptıkları çalışmalarında, şirketlerin birden fazla lojistik hizmet sağlayıcı kullanma sebeplerinin başlıca nedenlerini hizmet sağlayıcı firmaların gelen taleplere cevap verecek yetkinliğe sahip olmamaları, hizmeti alan işletmelerin belirli bir ortağa güvenmekten kaynaklanan risk korkusu ve operasyonel esnekliği artırma isteği şeklinde ifade etmektedir. İyi bir lojistik esnekliğe sahip olan işletmeler, müşterileri tarafından tercih edilme noktasında ön plana çıkmaktadır.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan freight forwarder işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu literatürde yer alan çeşitli çalışmalarda karşımıza çıkmaktadır. Ancak müşteri güveni, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatının oluşturulmasında özellikle freight forwarder işletmelerinin esnekliğinin ve hizmet kalitesinin tek bir model üzerinden kavramsal ve teorik açıdan az sayıda çalışmada incelenmiş olması, ilgili çalışmanın önemini göstermektedir. Buradan hareketle yapılan çalışmanın amacı müşteri güveni, memnuniyeti ve sadakati oluşturmada freight forwarder işletmelerindeki esneklik ve hizmet kalitesinin rolünün incelenmesidir.

Araştırmanın ana ve alt amaçlarına uygun olarak çalışmada, freight forwarder işletmeleri, bu işletmelerde esneklik ve sunulan hizmet kalitesi konuları ele alınmış, devamında müşteri güveni, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati kavramları ele alınarak freight forwarder işletmelerinde müşteri ilişkileri süreçleri üzerinde durulmuştur. Çalışmanın son bölümü ise araştırmanın amacını, içeriğini, kısıtlarını, metodolojisini ve yapılan analizler sonucu ortaya çıkan bulgu ve sonuçları içermektedir.

1. Freight Forwarder Kavramı

Freight forwarder kavramı Türkçe'de "taşıma işleri organizatörü", "nakliye müteahhidi", "nakliye yüklenicisi" ve "taşıma işleri komisyoncusu" gibi çeşitli karşılıklar bulmaktadır ancak ifade edilen terimler arasında mutabık kalınan bir terime rastlanılmamaktadır (Sevgili ve Nas, 2017: 156). Bu sebeple çalışmada kavram kargaşası yaratmamak adına uluslararası literatürde karşılığı freight forwarder olan kavram kullanılacaktır.

Küresel çapta freight forwarder işletmelerini temsil eden ve sorumluluklarını ifade eden bir sivil toplum kuruluşu olan FIATA (Uluslararası Taşıma İşleri Organizatörleri Dernekleri Federasyonu) 'ya göre freight forwarder; müşteri ile malların taşınması, elleçlenmesi, dağıtılması ve tüm bu süreçler ile bağlantılı hizmet sözleşmelerini imzalayan gerçek ya da tüzel kişileri ifade etmektedir (FIATA, 2019).

06/07/2018 tarihli ve 30470 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan yönetmeliğe göre ise; “Taşıma işleri organizatörü: Yük taşımacılığı alanında ilgili mevzuat uyarınca yetki belgesi veya faaliyet izni almış gerçek veya tüzel kişilerin imkân, kabiliyet ve kapasitelerini kullanarak kendi nam ve hesabına yük taşıması yaptırarak taşıma faturası/sözleşmesi düzenleyen, taşıma ile ilişkili depolama, paketleme, etiketleme, ambalajlama, sipariş yönetimi, gümrük, sigorta, dağıtım vb. lojistik işlemleri gerçekleştiren bir veya birden fazla taşıma türü kullanarak taşımacılık ve lojistik hizmetlerini sunmayı meslek edinen ve Bakanlıkça yetki belgesi verilen gerçek ve tüzel kişileri” ifade etmektedir. (<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180706-13.htm> Erişim tarihi: 16.05.2023)

Yukarıda yer alan tanımlamalardan yola çıkarak freight forwarder, ihracata/ithalata konu olan yükün uluslararası taşıma organizasyonunda, ilgili güzergaha ait en uygun maliyeti verecek taşıma modunun belirlenmesini ve sürecin planlamasını gerçekleştiren aracı kuruluşlardır denilebilir. Müşterilerin, ihracat/ithalat işlemlerinde aracı firma kullanmalarının en önemli sebeplerinden biri olan esneklik kavramı, freight forwarder işletmelerinin beklenmedik durumlara karşı alternatif çözümler üretebiliyor olmasını gerektirmektedir. Freight forwarder işletmelerinin rakipleri arasında farklılaşmasını sağlayan esneklik kavramının önemi; yükleme parametreleri, nakliye araçları, hareket tarihi, teslimat yeri, yük hacmi vb. ile ilgili herhangi bir şeyin planlandığı gibi gitmediği durumlarda, müşterilere karşı, yüklemelerinin sorunsuz bir şekilde organize edileceğinin taahhüt edilmesi noktasında ön plana çıkmaktadır.

1.1. Freight Forwarder İşletmelerinde Esneklik

Dünya ticareti ve taşımacılığında kritik bir hizmet sağlayan freight forwarder işletmeleri, müşterilerine verimlilik, değer ve esneklik ile yorumlanan ulaştırma ve lojistik çözümleri sunmaktadır. Müşterilerinin özel ihtiyaçlarına bağlı olarak çeşitli hizmet rolleri sunan işletmeler bu rolleri, sağlamış oldukları esnekliğin bir sonucu olarak gerçekleştirebilmektedir (Cain, 2014: 25).

Belirsiz talep ve öngörülemeyen aksaklıklar, ulaşım sistemlerinde esnekliğin benimsenmesi gerekliliğini doğurmaktadır. Meydana gelebilecek karmaşıklıkları yönetebilmek adına, freight forwarder işletmelerinin aksaklıklar sırasında dahi operasyonlarını sorunsuz bir şekilde yürütmek için esnekliklerini geliştirmeleri gerekmektedir. Operasyonel süreçlerde meydana gelebilecek ekipman eksikliği veya arızası, kötü hava koşulları ve ilgili güzergâha seferlerin durdurulması gibi etkenlerin, taşınması beklenen yükün sevkiyatına engel oluşturmaması adına esneklik kavramı önem kazanmaktadır. Naim ve diğerleri 2006 yılında yapmış oldukları çalışmalarında filo, araç, ulaştırma türü, ağ, bağlantı, mülkiyet, kapasite, güzergâh, iletişim ölçütlerini iç esneklik ölçütleri; ürün, bütünleştirme, hacim, teslimat ve erişim ölçütlerini ise dış esneklik ölçütleri olarak sınıflandırmaktadır. Shardeo ve diğerleri 2020 yılında yapmış oldukları çalışmalarında dış esneklik ölçütleri ile karşılaştırıldığında, iç esneklik ölçütlerinin daha önemli olarak dikkate alındığını, bunların sırasıyla filo, araç ve ulaştırma türü ölçütleri olduğunu ifade etmektedir.

Freight forwarderlar ani sipariş değişikliklerini veya müşterilerinden gelen farklı talepleri karşılayabilmek adına kapasitelerini genişletmeye yönelik plan yapabilir veya müşterileri ile olan iletişimlerine özgü yatırımlar yaparak kendilerini geliştirebilir. Müşteriler ile yakın işbirliği ve yoğun iletişim kurulması sayesinde, freight forwarderlar, müşterilerinin dahili operasyonları ve pazarda yaşadıkları zorluklar hakkında daha kolay bilgi sahibi olabilir. Bu sayede müşterilerine daha fazla fayda sağlayabilmek ve lojistik hizmet esnekliklerini geliştirmek adına uygun ve etkili alanlara yatırım yapabilirler (Chou vd., 2017: 557). Yu ve diğerleri 2017 yılında yaptıkları çalışmalarında lojistik esnekliğin, lojistik hizmet kalitesi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğunu ifade etmektedir.

1.2. Freight Forwarder İşletmelerinde Hizmet Kalitesi

Günümüzde hizmet sektörü tüm dünya ülkelerinin ekonomilerinin önemli bir bölümünü oluşturmakta ve hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin büyümesine büyük katkı sağlamaktadır (Alzaydi, vd., 2018: 298). Yüksek lojistik hizmet rekabeti koşullarında, teslimat hizmetlerini geliştirmek ve bilgi akışını zamanında, doğru bir şekilde sağlamak freight forwarder işletmelerinde temel amaçtır. Müşterilerin lojistik hizmet sağlayıcılarından beklediği kalite; zamanındalık, sağlam teslimat, teslimatın etkinliği, nakliyenin kusurları ve şikâyet sayıları ile ilgilidir (Hamidin ve Hendrayati, 2022: 287). Freight forwarder işletmelerinde hizmet kalitesini

ölçmek, hizmetin soyutluğu ve heterojenliği nedeni ile kolay olmamaktadır. Müşteri ile hizmet sağlayıcı arasındaki etkileşim sonucunda müşteride algılanan hizmet kalitesinden yola çıkılarak birçok araştırmada freight forwarder işletmelerinin sundukları hizmet kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır. Liang ve diğerleri (2006)'ne göre bir freight forwarder işletmesinin dört kritik hizmet kalemi bulunmaktadır. Bunlar; operasyon kolaylığı ve yanıt verebilme, entegre hizmet, taşıma yeteneği ve fiyatı içermektedir. Narunart ve Panjakajornsak, 2019 yılında gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında freight forwarder işletmelerinin hizmet kalitesini, zamanındalık, nezaket, güvence, kolay iletişim ve navlun seviyelerinin etkilediğini ifade etmektedir.

Freight forwarder sektöründe hizmet kalitesi, müşterinin satın aldığı hizmeti tekrarlaması konusunda çok önemlidir (Risnawati, vd., 2019). Kerse ve Gelibolu, 2020 yılında yaptıkları çalışmalarında müşteri memnuniyetinin lojistik hizmet kalitesi tarafından olumlu yönde etkilendiğini ortaya koymuştur. Lojistik hizmetler soyut bir özellikte olduğundan, hizmet sağlayıcıların değerlendirilmesi ve seçimi, hizmet sağlayıcıların sunduğu hizmet kalitesinin müşteriler tarafından algısına dayanmaktadır (Yıldız, 2020:44). Rasheed ve Abadi 2014 yılında yapmış oldukları çalışmalarında, işletmenin müşteri sayısındaki %5'lik bir azalmanın, firma kârını %50 veya daha fazla oranda azaltabileceğini ifade etmektedir. Buna karşılık sadakat ve müşteriye elde tutma oranında %5'lik bir iyileşmenin, şirket kârının %25'ten %75'e çıkmasına neden olabileceği belirtilmektedir. Böylelikle müşteri sadakatı, maliyet giderlerini azaltırken, işletme gelirlerinin ve dolayısıyla kâr marjlarının iyileşmesine katkı sağlayabilir. Bu nedenle lojistik hizmet sağlayıcılar, işletme için sadık bir müşteri tabanı geliştirmeye yardımcı olabilecek belirleyicileri incelemenin ve anlamının önemini kavramalıdır.

1.3. Freight Forwarder İşletmelerinde Müşteri Güveni

Firmaların, lojistik hizmet sağlayıcılarına duyduğu bağlılık, hizmet alan işletmeler ile hizmet sağlayıcı işletmeler arasında karşılıklı artan güven ile daha yaygın hale gelmektedir (Yuan, vd., 2020: 62). Müşterinin hizmet sağlayıcısına duyduğu güvenden beklentisi, hizmet sağlayıcının vaatlerini yerine getiriyor olmasıdır. Yapılan çalışmalar, güvenin, müşteri sadakatı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ifade etmektedir (Rasyidy, vd., 2021: 73).

Güven, sağlıklı iletişim kurmada karşılıklı ilişkilerin nasıl sürdürüleceğini ve geliştirileceğini bilmenin bir aracı olarak görülmüştür. Freight forwarder işletmeleri bağlamında bakıldığında, güven oluşumunu etkileyen özellikler en iyi kurumsal düzeyde veya bireysel düzeyde incelenmektedir. Freight forwarder işletmelerinin sunduğu operasyonel hizmetler ve satış personelinin uzmanlığı, müşterilerde güven oluşumunu başlatmakta ve olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca Yuen ve diğerleri (2018), freight forwarder işletmeleri ile müşteri sadakatı arasındaki ilişkiye, müşterinin teslimat süresince algıladığı değer, müşterinin duyduğu güvenin ve genel işlem maliyetinin aracılık ettiğini bulmuştur.

Müşterilerin bir firmadan hizmet alma sürecinde iş ortaklarına karşı oluşturdukları güven, memnuniyet seviyelerini etkilediğinde, ilişkilerini güçlendirme ve firmadan tekrar satın alım gerçekleştirme konusunda müşterileri çok daha istekli hale getirmektedir. Güvenin ilişkiler yoluyla pekiştirilmesi, hizmeti aldıktan sonra müşteri memnuniyetinin artmasından kaynaklanabilir ancak güvenin oluşması sadece hizmeti kullanma deneyimi ile bile yeterince sağlanabilmektedir. Bu nedenle, hizmet kalitesinin freight forwarder işletmeleri ve müşteri arasındaki güven oluşumunu etkilediği, güven oluşumunun ise uzun vadede müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği ifade edilmektedir (Roh, vd., 2021).

1.4. Freight Forwarder İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi Süreci

Müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri değerini ve kurumsal karlılığı en üst düzeye çıkarmak için dikkatle hedeflenen müşterilerle ilişkiler yaratmayı, geliştirmeyi ve sürdürmeyi amaçlayan bir yönetim yaklaşımını ifade etmektedir (Feinberg ve Kadam, 2002: 433).

Freight forwarder işletmeleri müşteri yoğun bir hizmet sektörünün içerisinde görev almaktadır ve müşterilerine etkin bir hizmet sunarak, aynı zamanda gönderici ile alıcı arasında bağlantı kurarak ekonomik değer yaratmaktadır. Freight forwarder işletmeleri yüksek kaliteli müşteri hizmeti sunmada önemli bir rol oynamaktadır ve sundukları performanslarının üreticilerin/ tedarikçilerin performansı ile bağlantısı vardır.

Günümüzde artan rekabet nedeniyle, freight forwarder işletmeleri sadece birbirinden daha az farklı görünmekle kalmamakta aynı zamanda her gün, aynı hizmeti sunarak, pazar içerisine bir yenisi dahil olan yeni freight forwarder işletmeleri arasında faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaktadır. Bu dinamik ve rekabetçi pazar içerisinde varlıklarını devam ettirebilmek adına freight forwarder işletmelerinin müşteri sadakatini korumalarının en iyi yolu, müşteri ilişkilerinin etkin şekilde yönetildiği bir ortam sağlamaktır. Bu nedenle, müşteri ilişkileri yönetimi, freight forwarder işletmelerinin hizmet sektöründe rekabet avantajı ve üstün performans elde etmelerinin kritik bir kaynağıdır. (Lu, 2003: 411).

Freight forwarder işletmelerinin hizmet tekliflerini geliştirirken, müşteri ilişkileri yönetimi boyutlarından özellikle aşağıda belirtilen beş özellik ile ilgilenmeleri gerektiği ifade edilmektedir (Akyüz ve Nguyen, 2012: 12);

- Müşterilerle iletişim kurmak için telefon görüşmeleri, e-postalar ve personel ziyaretleri kullanmak
- Müşterilerin sorunlarına, önerilerine ve şikâyetlerine anında yanıt vermek,
- Müşterilerin, sunulan hizmetlerle ilgili sorularına aktif olarak yanıt vermek,
- Müşterilere ulaşım ile ilgili bilgileri aktif olarak sağlamak,
- Müşterilerin hizmet gereksinimlerini ve beklentilerini aktif olarak anlamak.

Bu bulgular, freight forwarder işletmelerinin rekabet güçlerini arttırmak için, müşteri ilişkileri yönetimi özelliklerine vurgu yapmaları gerektiğini göstermektedir.

2. Literatür Taraması

Ercan ve Çelik (2022) "Logistics Flexibility, Relationship Flexibility and Logistics Service Quality: The Moderating Role of Environmental Uncertainty" adlı makalelerinde lojistik esneklik, ilişki esnekliği ve lojistik hizmet kalitesi arasındaki bağlantıyı ve düzenleyici bir değişken olarak çevresel belirsizliğin rolünü incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, lojistik esneklik ve ilişki esnekliğinin, lojistik hizmet kalitesini anlamlı yönde pozitif etkilediği belirlenmiştir.

Nurwahyudi ve Rimawan, (2021) "Analysis of Customer Satisfaction in Freight Forwarder Industry Using Servqual, IPA and FMEA Methods" adlı makalelerinde Endonezya'daki freight forwarder işletmelerinin sunduğu hizmet kalitelerinin ve hizmet kalitesini oluşturan beş boyutun, müşteri memnuniyetine etkilerini incelemiştir. Yerel firmalar standartlarını değiştirmeden yalnızca fiyat odaklı rekabet etmekte ve hizmet kalitelerini yükseltmemektedir. Çalışmanın sonucunda, hizmet kalitesini oluşturan beş boyutun (somutluk, empati, güvenilirlik, yanıt verebilirlik ve güvence) freight forwarder işletmelerinin sunduğu hizmette etkili olduğu ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Roh ve diğerleri (2021) "How Shipping Company Satisfies Shippers Through Service Quality in South Korea: The Mediation Role of Trust" adlı makalelerinde denizyolu taşımacılığı yapan şirketlerin, operasyonel rekabet gücü ve müşteri ilişkileri kalitesine yönelik hizmet niteliklerini ve bu niteliklerin güven oluşumu etkisiyle müşteri memnuniyetini nasıl etkilediğini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, operasyonel rekabet gücü ve müşteri ilişkileri kalitesinin müşteri memnuniyetini etkilediği ve güven kavramının memnuniyeti oluşturmada pozitif yönde aracı bir rol oynadığı belirlenmiştir.

Restuputri ve diğerleri (2021) "The Effect of Logistic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Using Kansei Engineering During The COVID-19 Pandemic" adlı makalelerinde COVID-19 salgını sırasında Endonezya'daki lojistik hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini ve düzenleyici bir değişken olarak müşteri güveninin rolünü incelemiştir. Kansei mühendislik yöntemi, COVID-19 salgını sırasında tüketicilerin lojistik hizmet kalitesine yönelik beklentilerini belirleyebilmek adına kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, müşteri memnuniyeti ve müşteri güveninin, müşteri sadakati üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu; personel hizmet kalitesi, operasyonel hizmet kalitesi ve teknik hizmet kalitesi olmak üzere üç değişken altında toplanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisinin olduğu ancak operasyonel hizmet kalitesinin iyileştirilmesi gerektiği belirlenmiştir.

Rasyidy ve diğerleri (2021) "The Effect of Trust and Service Quality on Customer Loyalty of Goods Delivery Services" adlı makalelerinde Endonezya'daki freight forwarder işletmelerini kullanan müşteriler aracılığı ile güven ve hizmet kalitesinin müşteri sadakatı üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, güven ve hizmet kalitesinin müşteri sadakatı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Munawar ve diğerleri (2021) "The Effect Of Service Delivery Performance And Value Congruity On Customer Trust And Its Impact On Loyalty In Logistic Service Provider" adlı makalelerinde hizmet sunum performansı ve müşteri değer uyumunun müşteri güveni üzerindeki etkisini incelemiştir. İlgili çalışma lojistik hizmet sağlayıcılarının, müşteri sadakatını artırmasına yönelik çıkarımlara sahiptir. Çalışmanın sonucunda, hizmet sunum performansının ve değer uyumunun, müşteri güveni üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve müşteri güveninin, müşteri sadakatını önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

İlgili başlık altında güven, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatı kavramlarının freight forwarder işletmelerinin sunduğu esneklik ve hizmet kalitesinden etkilenme düzeylerine ait araştırmalar ile ilgili bilgilere yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Küresel ticarete demiryolu, karayolu, denizyolu ve havayolu başta olmak üzere her taşıma modu için lojistik hizmet sağlayıcılar ile yakın iş birliği içerisinde olmak gerekmektedir. Çok sayıda paydaş ile etkileşime giren freight forwarder işletmeleri; çok modlu depolama, ambalajlama, gümrük ile ilgili danışmanlık, yük sigortası, taşıma belgelerinin düzenlenmesi gibi çeşitli faaliyetler sunmaktadır. Aynı zamanda hızlı teslimat, makul navlun fiyatları, istikrarlı hizmet ve takip edilebilirlik, sunmaları beklenen hizmetler arasında yer almaktadır. Bunların yanı sıra yoğun rekabet nedeniyle freight forwarder işletmeleri, iş geliştirmeye ve kapsamlı hizmetler sunma kapasitelerini arttırmaya odaklanmaktadır (Narunart ve Panjakajornsak, 2019: 129).

Buradan hareket ile araştırmanın amacı: freight forwarder işletmelerinde esneklik kavramının sunulan hizmet kalitesine etkisi ile bu etkinin müşteride oluşturduğu güven, memnuniyet ve sadakat duygusu üzerine etkilerinin incelenmesidir. Bu ana amaca uygun olarak, araştırmanın alt amaçları aşağıdaki gibidir;

1. Lojistik esnekliğin, güven kavramı üzerindeki etkisinin incelenmesi,
2. Lojistik hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi,
3. Güven kavramının, müşteri sadakatı üzerindeki etkisinin incelenmesi,
4. Müşteri memnuniyeti kavramının, müşteri sadakatı üzerindeki etkisinin incelenmesi.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Lojistik sektörünün sahip olduğu dinamik ortam, rutin olmayan müşteri talepleri ve müşteri lokasyonu gibi belirsizlikleri beraberinde getirmektedir. Belirsizlik durumlarında esneklik kavramı, bu gibi aksaklıkları giderebilecek lojistik hizmetin sağlanmasında daha önemli bir rol oynamaktadır (Abdul Aziz, vd., 2017:3). Lojistik esneklik, zaman verimliliği sunduğundan ve depolama, envanter ve teslimat faaliyetlerini müşteri ihtiyaçlarına göre ayarlayarak teslimatın tutarlılığını arttırdığından firmaların yüksek kalitede lojistik hizmet sunmasını sağlamaktadır (Yu, vd., 2017:213). Bu açıklamalar doğrultusunda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir;

H1: Lojistik esneklik, lojistik hizmet kalitesini etkiler.

Hizmet kalitesi ile ilgili daha önce gerçekleştirilen çalışmalardan yola çıkarak, yükleyicilerin lojistik hizmet sağlayıcılarını seçerken dikkate aldığı kriterlerden biri de lojistik hizmet kalitesinin müşterilerde yarattığı memnuniyet düzeyidir. Juga ve diğerleri 2010 yılında yaptıkları çalışmalarında lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin teknik operasyon süreçlerinin, temel yeterlilik için gerekli olduğunu ve hizmet kalitesi ölçütlerinden biri olduğunu belirterek bu gerekliliğin müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu ifade etmektedir. Hailu ve Shifare 2019 yılında yaptıkları çalışmalarında işletmelerin hayatta kalabilmeleri ve sürdürülebilir bir büyüme sağlayabilmeleri için müşterilere kaliteli hizmet sunulması gerektiğini ifade etmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir;

H2: Lojistik hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetini etkiler.

Gundlach ve Murphy (1993), güvenin, kalıcı bir ilişki kurma sürecindeki beklentilerde hayati bir rol oynadığını ifade etmektedir. Kurumsal düzeyde, hizmet kalitesi ölçütlerinden biri olan operasyonel hizmetler, bireysel düzeyde ise satış personelinin uzmanlığı müşterilerde güven oluşumunu başlatmaktadır. Al-Ansi ve diğerleri (2018), hizmet sunumu sürecinde müşteri ve tedarikçi arasındaki ilişkinin uzun vadede daha fazla kurumsal ve bireysel uyum gerektirdiğinden, güven olmadan sürdürülmesinin zor olduğunu belirtmektedir. Roh, ve diğerleri (2021), güvenin oluşması için yalnızca hizmeti kullanma deneyiminin bile yeterli olacağını ifade etmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir;

H3: Lojistik hizmet kalitesi, güveni etkiler.

Özellikle hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarında rakipleri bulunan freight forwarder işletmeleri açısından bakıldığında yoğun bir rekabetin söz konusu olduğu görülmektedir. Freight forwarder işletmeleri ve müşterileri arasındaki ilişkinin kuvvetli olması, daha yoğun bir işbirliğinin sağlanmasını ve daha uzun ömürlü ilişkilerin geliştirilmesini sağlamaktadır. Narunart ve Panjakajornsak (2019) yaptıkları çalışmalarında sadakatin, hizmet kalitesi ile doğrudan ilişkili olduğunu ve algılanan hizmet kalitesinin işletme ile müşteri arasındaki ilişkiyi ve müşteri sadakatini etkilediğini ifade etmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir;

H4: Lojistik hizmet kalitesi, müşteri sadakatini etkiler.

Üretim işletmelerinde müşterilerin odak noktaları sürecin çıktıları olurken, hizmet işletmelerinde sürecin kendisi müşteriler üzerinde doğrudan etkilidir. Müşteri memnuniyeti, müşteri ile işletme arasında kurulan işbirliğinin süresinin uzamasını sağlamaktadır, bu durum işbirliği içerisindeki değerlerini de arttırmaktadır. Aynı zamanda müşterileri memnun etmeye odaklanmak, mutsuz müşterilerin çevrelerine olumsuz düşüncelerini yaymalarına da engel olmaktadır. Memnuniyeti süren müşteriler, işletme tarafından üretilen ürün veya hizmeti, her zaman tekrar satın alma eğiliminde olurlar ve işletmenin ürettiği ürün veya hizmeti kullanmaktan veya tüketmekten gurur duyarlar (Khan, vd., 2022: 6 ; Risnawati, vd., 2019: 39). Bu açıklamalar doğrultusunda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir;

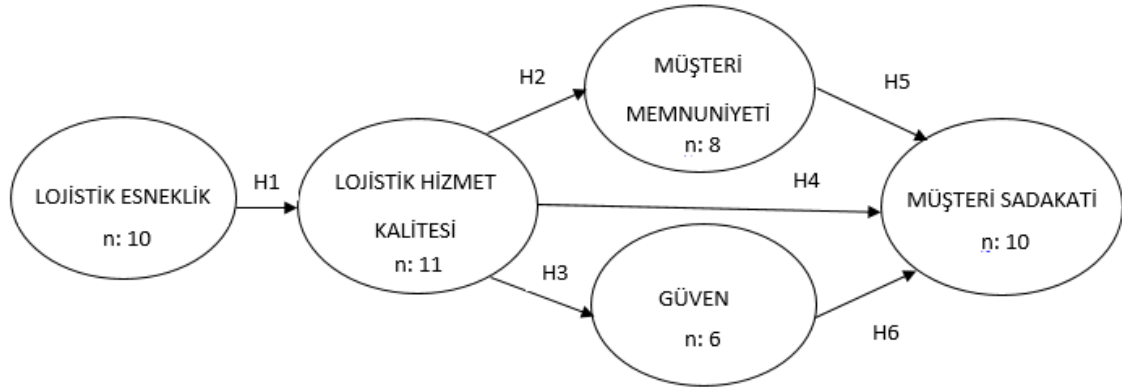
H5: Müşteri memnuniyeti, müşteri sadakatini etkiler.

Yuen ve diğerleri (2018), freight forwarder işletmeleri ile müşteri sadakati arasındaki ilişkiye, müşterinin teslimat süresince algıladığı değer, müşterinin duyduğu güvenin ve genel işlem maliyetinin aracılık ettiğini bulmuştur. Yıldız (2017), alıcı güveninin müşteri sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Leonidou ve diğerleri (2013) bir şirkete güvenen alıcıların sayısı ne kadar az olursa, şirkete o kadar az sadık olduklarını bulmuşlardır. Bu açıklamalar doğrultusunda geliştirilen hipotez aşağıdaki gibidir;

H6: Güven, müşteri sadakatini etkiler.

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olan modelde, freight forwarder işletmelerinin gösterdiği esnekliğin sundukları hizmet kalitesini etkileyip etkilemediği, bu doğrultuda sunulan hizmet kalitesinin, güven, müşteri memnuniyeti ve sadakat duyguları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırma modeli gerçekleştirilen literatür taraması doğrultusunda Şekil 1’de gösterildiği gibi düzenlenmiştir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

3.3. Araştırmanın Kısıtları, Yöntemi ve Örnekleme

Freight forwarder işletmelerinin gösterdiği esnekliğin ve sunduğu hizmet kalitesinin müşterileri ile olan ilişkilerine etkisinin incelendiği bu çalışmada bazı kısıtlar mevcuttur. Araştırmadaki ilk kısıt, örnekleme ile ilgilidir. Araştırmanın ana kümesini, Türkiye’de freight forwarder işletmelerinden hizmet alan tüm firmalar oluşturmaktadır. Ancak freight forwarder olarak faaliyet gösterip, kendinden başka bir forwarderdan hizmet alan işletmeler örnekleme dahil edilmemiştir. Araştırmanın örneklemini, kolayda örnekleme yöntemi ile online anketin ulaştırılabildiği tüm üretim ve dış ticaret firmaları oluşturmaktadır. Dolayısıyla, freight forwarder işletmelerinden hizmet alan tüm firmaları örnekleme dahil edilerek yapılacak bir çalışma ile farklı sonuçlar ortaya konulabilecektir. Bu bağlamda belirtilen gerekçeler ve örnekleme yapısı gereği araştırmanın sonuçları genellenebilir nitelikte değildir.

Araştırmanın bir diğer kısıtı ise, örnekleme büyüklüğü göz önünde bulundurularak zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile anket formlarının online platform üzerinden dağıtılmış olmasıdır. Sağlıklı bir yanıtlama için çeşitli önlemler alınmış olmasına karşı katılımcıların anket formlarını nasıl doldurduklarına ilişkin bilgi bulunmamaktadır. Belirtilen kısıtlardan dolayı ana kümenin tamamına ulaşma imkânı bulunmamaktadır.

Araştırmanın hedef kitlesini Türkiye’de faaliyet gösteren ve freight forwarder işletmelerinden hizmet alan firmalar oluşturmaktadır. Belirtilen ana kümenin tamamına ulaşma imkânı bulunmamaktadır. Bu bağlamda, örnek kapsamına bilgi ve verilerin en kolay toplanabileceği bireylerin alınmasını hedefleyen (Kurtuluş, 2010: 63) kolayda örnekleme yöntemi ile online anket dağıtılarak ulaşılmıştır.

Örnekleme büyüklüğü hesaplanırken %5 hata payı ve %95 güven aralığında, en yaygın kullanılan örnekleme formülü (Kurtuluş, 2010: 67) yardımı ile 384 rakamına ulaşılması hedeflenmiştir. Anket uygulaması öncesi, İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı’na yapılan başvuru 26.12.2022 tarih ve 11 sayılı toplantıda değerlendirilmiş ve etik yönden uygun bulunmuştur. 05 Ocak - 09 Şubat 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilen anket uygulama sürecinin sonunda toplamda 427 ankete ulaşılmış, bunlardan 357 tanesi analiz sürecine dahil edilmiştir.

Veri toplama sürecinde online anket uygulaması ile Türkiye’de faaliyet gösteren üretim ve dış ticaret firmalarının, lojistik hizmet alımı ile doğrudan ilgilenen, ulaşılabilir çalışanları katılımcı olarak araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Anket formu ilk olarak, literatür taraması ve çevirisinin uzmanlarca yapılması sonucunda oluşturulmuştur. Yapılan pilot çalışma sonrasında, katılımcılar tarafından anlaşılması güç bulunan sorular üzerinde düzenlemeler gerçekleştirilerek anket son halini almıştır. Anket formunun ilk kısmında katılımcıların çalışmakta oldukları şirketin faaliyet gösterdiği sektör, şirketin çalışan hacmi ve faaliyet süresine ilişkin açılış soruları yer almaktadır. Anketin ikinci kısmı “Hizmet Kalitesini”, üçüncü kısmı “Lojistik Esnekliği”, dördüncü kısmı “Güveni”, beşinci kısmı “Müşteri Memnuniyetini” ve altıncı kısmı “Müşteri Sadakatini” ölçmeyi

amaçlayan sorulardan oluşmaktadır. Anketin son kısmında ise demografik veriler ile ilgili sorular yer almaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklere aşağıda detaylı olarak yer verilmektedir:

Hizmet Kalitesi Ölçeği: Temel olarak Song ve Yeo (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin 5 değişkeni alınmış, bu ölçeğe, uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde Vasantha (2018) tarafından ortaya konan çalışmada elde edilen 6 değişken daha eklenerek düzenlenmiştir.

Lojistik Esneklik Ölçeği: Temel olarak Noordewier, John ve Nevin (1990)'in geliştirdiği 4 değişkenli ölçek alınmıştır. Bu ölçek, uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde Khanuja ve Jain (2021)'in, Naim, Aryee ve Potter (2010) tarafından ortaya konan ölçeği geliştirdikleri çalışmalarından üç değişken; Zailani, Jafarzadeh, Iranmanesh, Nikbin ve Selim (2018) tarafından geliştirilen ölçekten de üç değişken daha eklenerek düzenlenmiştir.

Güven Ölçeği: Ganesan (1994) ve Jiang, Henneberg ve Naude (2012) tarafından ortaya konan güven ölçekleri, Chou, Chen ve Kuo (2017) tarafından revize edilmiştir. Ölçek tek boyutta altı değişkenden oluşmaktadır. Uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde Türkçeleştirilerek kullanılmıştır.

Müşteri Memnuniyeti Ölçeği: Hubbert (1995) tarafından ortaya konan müşteri memnuniyeti ölçeği Klaus ve Maklan (2013) tarafından revize edilmiştir. Ölçek tek boyutta beş değişkenden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçek, uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde, Vasantha (2018) tarafından revize edilen Cao ve Chen (2011)'in ölçeğinden üç değişken daha eklenerek düzenlenmiştir.

Müşteri Sadakati Ölçeği: Zeithaml, Berry ve Parasuraman (1996) tarafından ortaya konan müşteri sadakati ölçeği Saura, Frances, Contri ve Blasco (2008) tarafından revize edilmiştir. Ölçek tek boyutta iki değişkenden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçek, uzmanlarla yapılan görüşmeler neticesinde, Hartmann ve Grahl (2011) tarafından revize edilen Wallenburg (2009)'ün üç boyut altında dokuz değişkenden oluşan ölçeğinden sekiz değişken daha eklenerek düzenlenmiştir.

4. Araştırmanın Analiz ve Bulguları

Araştırmanın analiz kısmında IBM SPSS Statistics 26 ve AMOS 22 programları, tablo ve şekillerin düzenlenmesinde ise Microsoft Office programları kullanılmıştır. Araştırma modeli yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmiştir. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM), birçok bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin modellenmesi ile karmaşık bir araştırma problemini tek bir süreçte, sistematik ve kapsamlı bir şekilde ele almayı sağlamaktadır (Dursun ve Kocagöz, 2010: 2).

4.1. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği SPSS programı aracılığıyla güvenilirlik analizi ile incelenmiştir. Bilimsel araştırmalarda güvenilirlik, benzer koşullar altında bir veri toplama tekniği ya da aracı ile ölçümler tekrarlandığında birbiri ile tutarlı sonuçların alınmasını ifade etmektedir.

Tablo 1. Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Güvenilirlik Tablosu

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Hizmet Kalitesi Ölçeği	11	,922
Lojistik Esneklik Ölçeği	10	,922
Güven Ölçeği	6	,902
Müşteri Memnuniyeti Ölçeği	8	,911
Müşteri Sadakati Ölçeği	10	,940

Tablo 1'e göre araştırmada kullanılan ölçeklerin, genel olarak kabul edilebilir güvenilirlik değerlerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda Cronbach's Alpha değerleri incelendiğinde ölçeklerin güvenilirliklerinin yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Güvenilirlik, geçerlilik için gerekli koşul olmasına rağmen yeterli bir koşul değildir. Diğer bir ifade ile güvenilir bir ölçek her zaman geçerli olmayabilir bu nedenle ölçme araçlarının geçerliliklerinin de saptanması gerekmektedir. En genel tanımı ile geçerlilik, bir ölçme aracının kullanıldığı amaca hizmet etme derecesidir bu sebeple ölçeğin kullanılış amacına, uygulandığı

gruba, uygulama ve puanlama biçimine de bakılmalıdır (Ercan ve Kan, 2004: 124). Bu çalışmada ölçeklerin geçerlilikleri faktör analizleri yardımıyla değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Geçerlilik Tablosu

Ölçekler	KMO Değerleri	Bartlett's Test Değerleri	Açıklanan Varyans Oranı
Hizmet Kalitesi Ölçeği	0,910	0,000	56,798
Lojistik Esneklik Ölçeği	0,905	0,000	59,147
Güven Ölçeği	0,829	0,000	67,641
Müşteri Memnuniyeti Ölçeği	0,875	0,000	61,784
Müşteri Sadakati Ölçeği	0,927	0,000	66,071

Ölçeklere Ait Faktör Yüklü Değer Aralıkları: Hizmet Kalitesi Ölçeği (0,667 - 0,813) / Lojistik Esneklik Ölçeği (0,696 - 0,829) / Güven Ölçeği (0,804 - 0,839) / Müşteri Memnuniyeti Ölçeği (0,715 - 0,819) / Müşteri Sadakati Ölçeği (0,690 - 0,864)

Hizmet Kalitesi Ölçeği için yapılan analizde güvenilirliği düşüren herhangi bir madde tespit edilmemiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda istenilen güvenilirlikte toplam 11 madde 1 faktör altında toplanmıştır. Lojistik Esneklik Ölçeği için yapılan analizde güvenilirliği düşüren herhangi bir madde tespit edilmemiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda istenilen güvenilirlikte toplam 10 madde 1 faktör altında toplanmıştır. Güven Ölçeği için yapılan analizde güvenilirliği düşüren herhangi bir madde tespit edilmemiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda istenilen güvenilirlikte toplam 6 madde 1 faktör altında toplanmıştır. Müşteri Memnuniyeti Ölçeği için yapılan analizde güvenilirliği düşüren herhangi bir madde tespit edilmemiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda istenilen güvenilirlikte toplam 8 madde 1 faktör altında toplanmıştır. Müşteri Sadakati Ölçeği için yapılan analizde güvenilirliği düşüren "Bir sorunum olursa şirketin en yetkili kişisini arayabileceğimi bilirim" maddesi çıkarılmıştır. Keşfedici faktör analizi sonucunda istenilen güvenilirlikte toplam 9 madde tek faktör altında toplanmıştır. Çalışmanın devamında ölçekler doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmektedir.

4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, daha önce kullanılmış ölçeklerin özgün yapısının toplanan veri ile doğrulanıp doğrulanmadığını tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır. Araştırmacının bir ölçeği doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulaması, o ölçeğin geçerli bir ölçek olduğuna işaret eder (Gürbüz ve Şahin, 2016: 334).

Tablo 3. Ölçeklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Ölçüm Modeli	P	CMIN/DF	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA	Hoelter .05
Hizmet Kalitesi (Modifikasyonlu)	0,000	3,074	0,954	0,898	0,963	0,974	0,076	169
Lojistik Esneklik (Modifikasyonlu)	0,000	3,144	0,956	0,913	0,961	0,973	0,078	168
Güven (Modifikasyonlu)	0,005	3,324	0,985	0,936	0,988	0,992	0,081	238
Müşteri Memnuniyeti (Modifikasyonlu)	0,000	2,893	0,970	0,928	0,974	0,983	0,073	206
Müşteri Sadakati (Modifikasyonlu)	0,000	2,747	0,967	0,929	0,977	0,985	0,070	202

Bir boyut ve toplam 11 maddeden oluşan hizmet kalitesi ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi uygulaması AMOS 22 programı kullanılarak test edilmiştir. Beşli likert ölçeğinde 357 katılımcıdan toplanan veriler maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur.

Yapılan iyileştirmelerin sonucunda ulaşılan uyum değerlerinin (Tablo 3) AGFI dışında hepsinin uygun referans aralıklarında oldukları tespit edilmiştir. 0,898 olarak tespit edilen AGFI değeri ise kabul edilebilir alt limit olan 0,90'a oldukça yakın olarak açıklanmıştır. Çalışmanın 357 olan örnekleme ise %95 güven aralığında Hoelter indeksinde önerilen minimum örnek sayısı olan 169

değerinden fazladır. Diğer bir deyişle örnek büyüklüğü doğrulayıcı faktör analizi için yeterlidir denilebilir. Kısaca, uyum indeksleri itibariyle genel olarak kabul edilebilir bir model tespit edilmiştir.

Bir boyut ve toplam 10 maddeden oluşan lojistik esneklik ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi uygulaması AMOS 22 programı kullanılarak test edilmiştir. Beşli likert ölçeğinde 357 katılımcıdan toplanan veriler maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur.

Yapılan iyileştirmelerin sonucunda ulaşılan uyum değerlerinin (Tablo 3) hepsinin olması gereken değerlere uygun olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın 357 olan örnekleme ise %95 güven aralığında Hoelter indeksinde önerilen minimum örnek sayısı olan 168 değerinden fazladır. Diğer bir deyişle örnek büyüklüğü doğrulayıcı faktör analizi için yeterlidir denilebilir. Kısaca, uyum indeksleri itibariyle genel olarak kabul edilebilir bir model tespit edilmiştir.

Bir boyut ve toplam 6 maddeden oluşan güven ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi uygulaması AMOS 22 programı kullanılarak test edilmiştir. Beşli likert ölçeğinde 357 katılımcıdan toplanan veriler maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur.

Yapılan iyileştirmelerin sonucunda ulaşılan uyum değerlerinin (Tablo 3) RMSEA dışında hepsinin uygun referans aralıklarında oldukları tespit edilmiştir. 0,081 olarak tespit edilen RMSEA değeri ise kabul edilebilir üst limit olan 0,08'e oldukça yakın olarak açıklanmıştır. Çalışmanın 357 olan örnekleme ise %95 güven aralığında Hoelter indeksinde önerilen minimum örnek sayısı olan 238 değerinden fazladır. Diğer bir deyişle örnek büyüklüğü doğrulayıcı faktör analizi için yeterlidir denilebilir. Kısaca, uyum indeksleri itibariyle genel olarak kabul edilebilir bir model tespit edilmiştir.

Bir boyut ve toplam 8 maddeden oluşan müşteri memnuniyeti ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi uygulaması AMOS 22 programı kullanılarak test edilmiştir. Beşli likert ölçeğinde 357 katılımcıdan toplanan veriler maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur.

Yapılan iyileştirmelerin sonucunda ulaşılan uyum değerlerinin (Tablo 3) hepsinin olması gereken değerlere uygun olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın 357 olan örnekleme ise %95 güven aralığında Hoelter indeksinde önerilen minimum örnek sayısı olan 206 değerinden fazladır. Diğer bir deyişle örnek büyüklüğü doğrulayıcı faktör analizi için yeterlidir denilebilir. Kısaca, uyum indeksleri itibariyle genel olarak kabul edilebilir bir model tespit edilmiştir.

Bir boyut ve toplam 9 maddeden oluşan müşteri sadakati ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi uygulaması AMOS 22 programı kullanılarak test edilmiştir. Beşli likert ölçeğinde 357 katılımcıdan toplanan veriler maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur.

Yapılan iyileştirmelerin sonucunda ulaşılan uyum değerlerinin (Tablo 3) hepsinin olması gereken değerlere uygun olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın 357 olan örnekleme ise %95 güven aralığında Hoelter indeksinde önerilen minimum örnek sayısı olan 202 değerinden fazladır. Diğer bir deyişle örnek büyüklüğü doğrulayıcı faktör analizi için yeterlidir denilebilir. Kısaca, uyum indeksleri itibariyle genel olarak kabul edilebilir bir model tespit edilmiştir.

Hizmet Kalitesi ölçeği, Lojistik Esneklik ölçeği, Müşteri Memnuniyeti ölçeği ve Müşteri Sadakati ölçekleri için yapılan doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda ölçeklerin tek faktörlü yapısı doğrulanmıştır. Ölçekler için elde edilen uyum iyiliği değerleri itibariyle kabul edilebilir modeller tespit edilmiştir. Güven ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanmıştır. Ölçek için elde edilen uyum iyiliği değerlerinden RMSEA dışında hepsinin uygun referans aralıklarında oldukları tespit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizleri neticesinde, toplanan verinin modele uygun olduğu söylenebilmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliğini belirlemek için doğrulayıcı faktör analizinin yanı sıra yakınsak geçerliği de test edilmiştir. Yakınsak geçerlilik değişkenlere ilişkin ifadelerin birbirleriyle ve oluşturdukları faktör ile ilişkili olduklarını ifade etmektedir (Yaşlıoğlu, 2017:82). Yakınsak geçerliği ortalama varyans [average variance extracted (AVE)] ve bileşik güvenilirlik [composite reliability (CR)] değerleri ile kontrol edilmektedir. Yakınsak geçerliğini sağlamak için

AVE değerlerinin 0,50 ve üzeri, CR değerlerinin 0,70 ve üzeri ve CR değerlerinin AVE değerlerinden yüksek olması gerekmektedir (Temel, 2022: 18). Kullanılan ölçeklere ilişkin hesaplanan CR değerleri ve AVE değerleri Tablo 4’te sunulmaktadır.

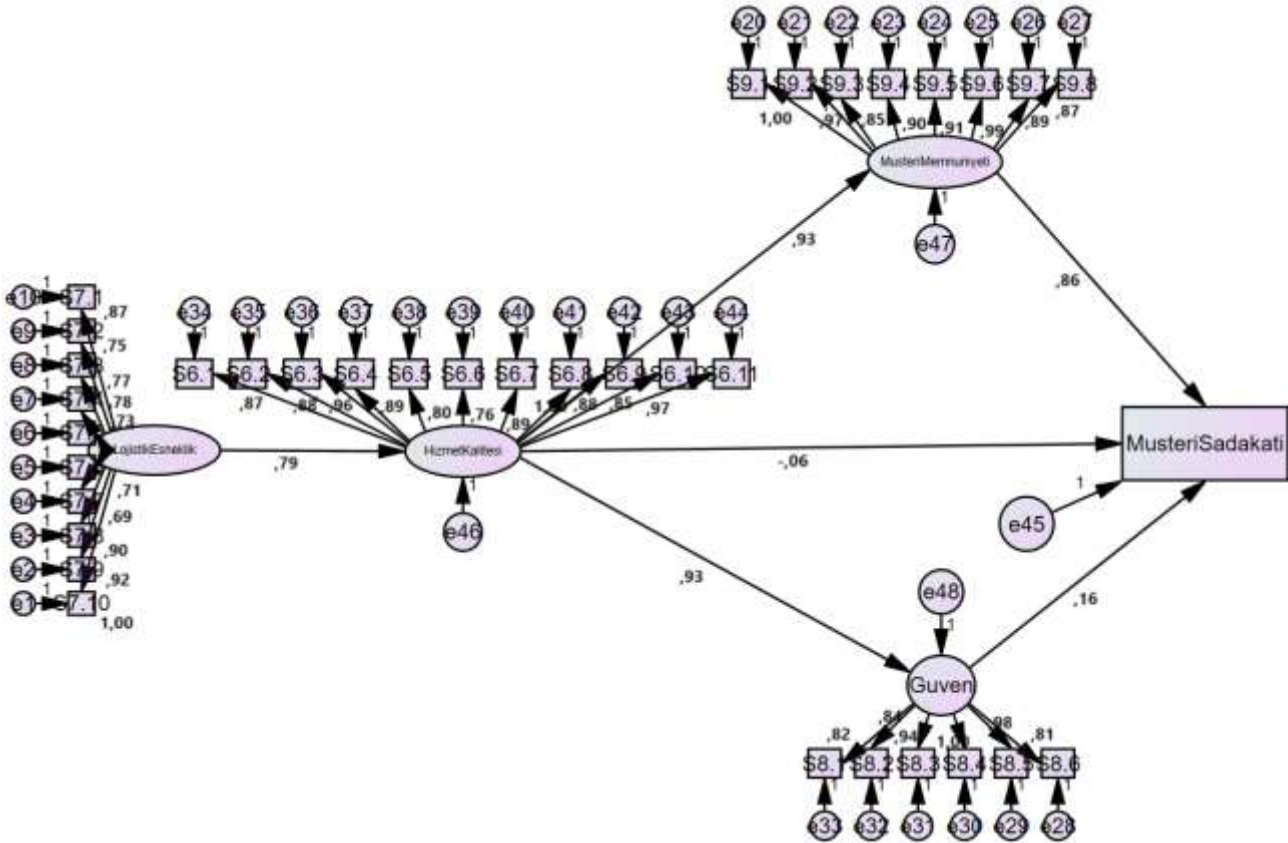
Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Ait CR - AVE Değerleri

Ölçek	CR	AVE
Hizmet Kalitesi Ölçeği	0,979	0,812
Lojistik Esneklik Ölçeği	0,971	0,773
Güven Ölçeği	0,962	0,810
Müşteri Memnuniyeti Ölçeği	0,982	0,876
Müşteri Sadakati Ölçeği	0,981	0,856

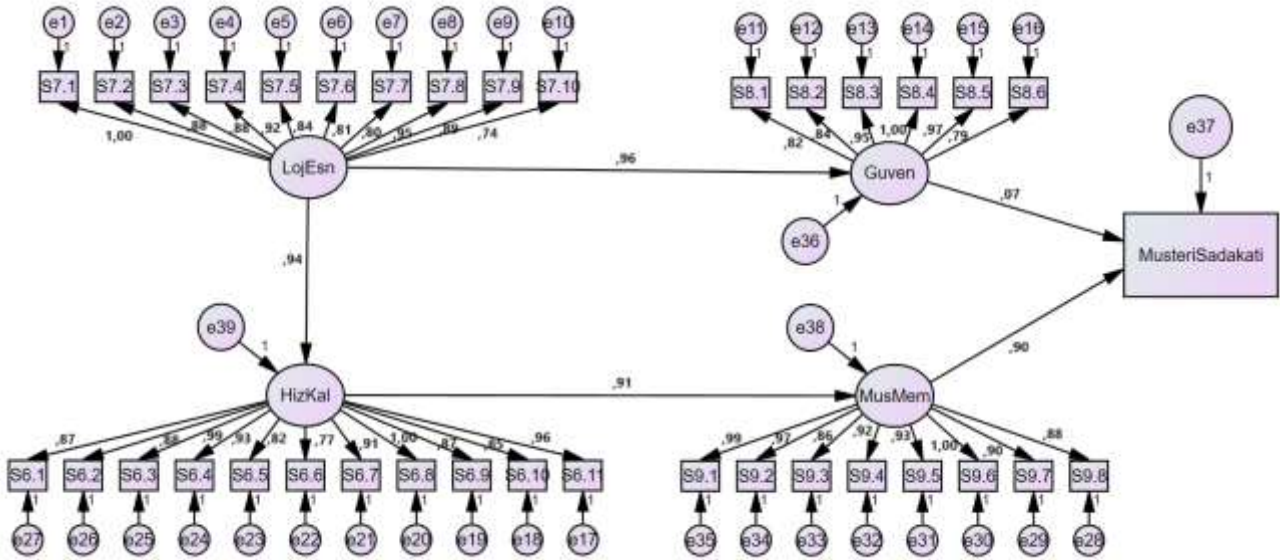
Tablo 4 incelendiğinde AVE ve CR değerlerinin beklenen kriterleri sağladığı görülmektedir.

4.3. Yapısal Eşitlik Modeli

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın başında ortaya konan model, faktör analizleri ile düzenlenen ölçekler kullanılarak yapısal eşitlik modellemesi yöntemiyle test edilmiştir. Yapılan çalışmada anlamlı olmayan etkiler anlam sıralamasına göre modelden çıkarılmıştır. Bu adımlar ile modelin revize edilmesi sonucunda, teoriye uygun ve yüksek uyum değerlerine sahip modellere erişilmeye çalışılmaktadır. Tüm veri seti kapsamında tüm modele uygulanan yapısal eşitlik modellemesi ve yapılan iyileştirmeler sonucunda düzenlenmiş model aşağıda yer almaktadır.



Şekil 2. Çalışmada Yer Alan Modele Ait Yapısal Model



Şekil 3. Elde Edilen Tüm Veri ile Yapılan Analize Göre Revize Edilmiş Araştırma Modeli

Modelin nihai genel uyum değerleri Tablo 5'te özetlenmektedir;

Tablo 5. Revize Edilen Model Uyum Değerleri

Ölçüm Modeli	CMIN	DF	P	CMIN/DF	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA	Hoelter .05
TÜM VERİ	1018,624	474	0,000	2,149	0,872	0,820	0,914	0,951	0,057	184

Tablo 5'te, yapılan iyileştirmeler sonrasında uyum değerleri görülen modelin, elde edilen ki-kare (CMIN) değeri 1018,624 ile anlamlılığa sahiptir ($p=0,000$). Normlaştırılmış ki-kare (CMIN/DF), GFI, NFI ve RMSEA değerleri kabul edilebilir bir seviyededir. CFI değeri iyi seviyede, AGFI değeri kabul edilebilir seviyeye yakın bir değerde çıkmıştır. Model 357 katılımcıdan oluşan örnekleme ile, %95 güven aralığında, aynı güven aralığındaki Hoelter İndeksi'ndeki önerilen minimum örnek sayısı olan 184 değerinden fazladır. Diğer bir deyişle örnek büyüklüğü analiz için yeterlidir denilebilmektedir. Özetle uyum indeksleri itibariyle genel olarak kabul edilebilir bir model tespit edilmiştir. Revize modele ilişkin elde edilen regresyon ağırlığı değerleri Tablo 6'da özetlenmektedir;

Tablo 6. Revize Modele İlişkin Regresyon Ağırlığı Değerleri

			Estimate	S.E.	C.R.	P
hizkal	<---	lojesn	,944	,062	15,341	***
guven	<---	lojesn	,964	,063	15,241	***
musmem	<---	hizkal	,915	,062	14,715	***
musteri_sadakati	<---	guven	,067	,075	,903	,026
musteri_sadakati	<---	musmem	,902	,089	10,146	***

Şekil 4.2'de görülen modelin, Tablo 5'te yer alan uyum indekslerinin kabul edilebilir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Tablo 6'da yer alan değerlere istinaden; "Lojistik Esneklik" ölçeğinin 0,96 katsayısı ile güvene ve 0,94 katsayısı ile hizmet kalitesine 0,05 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. "Hizmet Kalitesi" ölçeğinin 0,91 katsayısı ile müşteri memnuniyetine 0,05 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. "Güven" ölçeğinin 0,07 katsayısı ile müşteri sadakatine 0,05 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. "Müşteri Memnuniyeti" ölçeğinin 0,90 katsayısı ile müşteri sadakatine 0,05 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Lojistik hizmet sağlayıcı kuruluşlar olarak freight forwarder işletmeleri uluslararası taşımacılıkta kilit rol üstlenmektedir. Gelişmiş lojistik hizmetlere yönelik talebin artması freight forwarder işletmelerinin sayısının artmasına ve aynı zamanda sektör içerisindeki rekabetin artmasına da neden olmuştur.

Literatürde incelenmiş olan araştırmalardan hareketle freight forwarder işletmelerinde esnekliğin ve hizmet kalitesinin güven, müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki rolünü inceleyen bu çalışmada, araştırmalarda sıklıkla karşılaşılabilen zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile ana kütlenin tamamına ulaşılamamıştır. Araştırma örnekleme yöntemi belirlenerek belirli bir gruba uygulanmıştır. Örnekleme oluşturan katılımcılara tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılmış, Türkiye’de faaliyet gösteren ulaşılabilir katılımcılar araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Elde edilen veriler KFA, DFA, güvenilirlik analizi ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma çerçevesinde yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre; H1, H2, H5 ve H6 hipotezleri kabul edilmiştir. Çalışmanın başında ortaya konan araştırma modeli doğrultusunda oluşturulan H3 ve H4 hipotezleri, modelin revize edilmesi sonucu incelenememiştir. Bununla birlikte revize model, lojistik esneklik ile güven değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesine olanak sağlamıştır. Bu sonuçtan hareketle; “Lojistik Esneklik” ölçeğinin 0,96 katsayısı ile güvene, 0,94 katsayısı ile hizmet kalitesine %95 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın lojistik esneklik ve hizmet kalitesi üzerinden pozitif yönlü elde edilen bulguları, Ercan ve Çelik (2022) ile Phaxaisithidet ve Banchuen (2020) in bulgularını destekler niteliktedir. “Hizmet Kalitesi” ölçeğinin 0,91 katsayısı ile müşteri memnuniyetine %95 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerinden pozitif yönlü elde edilen bulguları Restuputri ve diğerleri (2021) nin bulgularını destekler niteliktedir. “Güven” ölçeğinin 0,07 katsayısı ile müşteri sadakatine %95 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın güven ve müşteri sadakati üzerinden zayıf da olsa pozitif yönlü elde edilen bulguları, Munawar ve diğerleri (2021) nin bulgularını destekler niteliktedir. “Müşteri Memnuniyeti” ölçeğinin, 0,90 katsayısı ile müşteri sadakatine %95 güven aralığında anlamlı pozitif yönlü etki ettiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerinden pozitif yönlü elde edilen bulguları Hafez ve diğerleri (2021) nin bulgularını destekler niteliktedir. Bu tablodan hareketle, freight forwarder işletmelerinde esnekliğin, lojistik hizmet kalitesi ve güven üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu; freight forwarder işletmelerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde direkt, müşteri sadakati üzerinde ise dolaylı ancak anlamlı bir etkisinin olduğu; güvenin müşteri sadakati üzerinde direkt, lojistik esnekliğin ise müşteri sadakati üzerinde dolaylı ancak anlamlı bir etkisinin olduğu söylenebilmektedir.

Yapılan bu çalışma, freight forwarder işletmelerinde müşteri devamlılığının sağlanmasına etki eden etmenlerin araştırılması konusunda literatürde var olan kapsamlı çalışmalardan biri niteliğindedir. Bu anlamda literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Süreçte etkili olabilecek diğer kavramların eklenmesinin, araştırma modelinin geliştirilerek farklı değişkenler arasındaki ilişkilerin etkilerini de kapsayacak şekilde daha kapsamlı çalışmaların yapılmasının hem literatüre hem de sektöre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir. Araştırmanın bulguları neticesinde bu çalışma, gelecekte yapılacak çalışmalar için birtakım öneriler sunmaktadır. Bu doğrultuda araştırma modelinin, freight forwarder kullanan farklı sektörler özelinde (sağlık, gıda, otomotiv, kimya vb. gibi) ayrı ayrı ele alınarak kıyaslaması gerçekleştirilebilir. İlave olarak, ilgili araştırma modeli freight forwarder işletmelerinin uzmanlaştığı bölge bazlı çalışmaları müşteri grupları üzerinde uygulanarak, uzmanlıkların müşterilerine sağladıkları esneklik ve hizmet kalitesi düzeyinde farklılık yaratıp yaratmadığı kıyaslanabilir. Benzer şekilde, araştırma modeli farklı taşıma modlarını kullanan freight forwarder işletmelerinin müşterilerine uygulanarak, hangi taşıma modunda daha fazla esneklik sağlanıp sağlanmadığının kıyaslanması ve müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler özelinde taşıma modlarının etkisinin incelenmesi sağlanabilir. Özellikle freight forwarder

işletmelerinin, dijitalleşme süreçlerini benimseme ve cevap verebilirliği incelenerek sağladıkları hizmetin müşteri tarafına daha yüksek kalitede geçişi arasındaki etki ilişkilendirilebilir.

Kaynakça

- Abdel-Basset, M., Gamal, A., Elhoseny, M., Chakraborty, R.K., & Ryan, M. (2021). A conceptual hybrid approach from a multicriteria perspective for sustainable third-party reverse logistics provider identification. *Sustainability*, 13(9):4615, 1-29.
- Abdul Aziz, Z., & Razak, R.C., & Hussin, N.S.N., & Yaacob, M.R., & Merican, R.M.A.R. (2017). The Relationship of Logistics Flexibility and Value-added Capability on Logistics Performance in Logistics Services. The 2017 UMK Postgraduate Colloquium Cultivating Excellence Through Research.
- Akyüz, A., & Nguyen, T.C. (2012). Evaluating customer loyalty in association with CRM in freight forwarder firms, master's thesis, Jönköping University, Sweden.
- Al-ansi, A., & Olya, H., & Han, H. (2018). Effect of General Risk on Trust, Satisfaction, and Recommendation Intention for Halal Food. *International Journal of Hospitality Management*, 1-10.
- Alzaydi, Z.M., Al-Hajla, A., & Nguyen, B. (2018). A review of service quality and service delivery towards a customer co-production and customer-integration approach. *Business Process Management Journal*, 24(1), 295-328.
- Cain, P. (2014). Complexity, confusion and the multifaceted legal roles of the international freight forwarder. *Macquarie Law Journal*, 14, 25-45.
- Cao, C., & Chen, J. (2011). An empirical analysis of the relationship among the service quality, customer satisfaction and loyalty of high speed railway based on structural equation model. *Canadian Social Science*, 7(4), 67-73.
- Chou, S., Chen, C.W., & Kuo, Y.T., (2017). Flexibility, collaboration and relationship quality in the logistics service industry an empirical study. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(3), 555-570.
- Dursun, Y., ve Kocagöz, E. (2010). Yapısal eşitlik modellemesi ve regresyon: karşılaştırmalı bir analiz. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 35, 1-17.
- Ercan, E., ve Çelik, M. (2022). Logistics flexibility, relationship flexibility, and logistics service quality: the moderating role of environmental uncertainty. *International Journal of Management Studies*, 29(1), 1-36.
- Ercan, İ., ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Feinberg, R., & Kadam, R. (2002). "E-CRM web service attributes as determinants of customer satisfaction with retail web sites. *International Journal of Service Industry Management*, 13(5), 432-451.
- FIATA. (2019). Explanatory note to the revision of and guidelines for the usage of FIATA model rules for freight forwarding services. Switzerland.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
- Gundlach, G.T., & Murphy, P.E. (1993). Ethical and Legal Foundations of Relational Marketing Exchanges. *Journal of Marketing*, 57, 35-46.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2016). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe - yöntem - analiz. Seçkin Yayıncılık, İstanbul.
- Hafez, L., Elakkad, E., & Gamil, M. (2021). A study on the impact of logistics service quality on the satisfaction and loyalty of e-shoppers in Egypt. *Open Journal of Business and Management*, 9, 2464-2478.
- Hailu, A.G., & Shifare, H.G. (2019). Service Delivery and Customer Satisfaction in the Public Service Sector: An Ethiopian Experience. *Public Policy and Administration Research*, 9(9), 24-37.

-
- Hamidin, D., & Hendrayati, H. (2022). Courier service application: courier service quality and customer loyalty mediated by customer experience and customer satisfaction. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 657, 286-292.
- Hartmann, E., & De Grahl, A. (2011). The flexibility of logistics service providers and its impact on customer loyalty: an empirical study. *Journal of Supply Chain Management*, 47(3), 63-85.
- Hubbert, A.R., Sehorn, A.G., & Brown, S.W. (1995). Service expectations: the consumer versus the provider. *International Journal of Service Industry Management*, 6(1), 6-21.
- Jaafar, H.S., & Rafiq, M. (2005). Logistics outsourcing practices in the UK: a survey. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 8(4), 299-312.
- Jiang, Z., Henneberg, S.C., & Naude, P. (2012). Supplier relationship management in the construction industry: the effects of trust and dependence. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 27(1), 3-15.
- Juga, J., & Juntunen, J., & Grant, D.B. (2010). Service Quality and Its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistics Outsourcing Relationships. *Managing Service Quality*, 20(6), 496-510.
- Kerse, Y., ve Gelibolu, L. (2020). Müşteri vatandaşlık davranışı oluşumunda lojistik hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetinin ve müşteri güveninin rolü: aracılı bir model. *Mehmet Akif Ersoy İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 681-705.
- Khan, R.U., & Salamzadeh, Y., & Iqbal, Q., & Yang, S. (2022). The Impact of Customer Relationship Management and Company Reputation on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, 21(1), 1-26.
- Khanuja, A., & Jain, R.K. (2021). The mediating effect of supply chain flexibility on the relationship between supply chain integration and supply chain performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 35(6), 1548-1569.
- Klaus, P.P., & Maklan, S. (2013). Towards a better measure of customer experience. *International Journal of Market Research*, 55(2), 227-246.
- Kurtuluş, K. (2010): *Araştırma Yöntemleri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Leonidou, L.C., & Kvasova, O., & Leonidou, C.N., & Chari, S. (2012). Business Unethicality as an Impediment to Consumer Trust: The Moderating Role of Demographic and Cultural Characteristics. *Journal of Business Ethics*, 112(3), 397-415.
- Liang, G.S., Chou, T.Y., & Kan, S.F. (2006). Applying fuzzy quality function deployment to identify service management requirements for an ocean freight forwarder. *Total Quality Management*, 17(5), 539-554.
- Lu, C.S. (2003). The impact of carrier service attributes on shipper-carrier partnering relationships: a shipper's perspective. *Transportation Research Part E*, 39, 399-415.
- Mageto, J. (2022). Current and future trends of information technology and sustainability in logistics outsourcing. *Sustainability*, 14(13):7641, 1-27.
- Munawar, F., Munawar, R., & Tarmidi, D. (2021). The effect of service delivery performance and value congruity on customer trust and its impact on loyalty in logistic service provider. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(8), 1077-1087.
- Naim, M., Aryee, G., & Potter, A. (2010). Determining a logistics provider's flexibility capability. *International Journal of Production Economics*, 127(1), 39-45.
- Naim, M.M., Potter, A.T., Mason, R.J., & Bateman, N. (2006). The role of transport flexibility in logistics provision. *The International Journal of Logistics Management*, 17(3), 297-311.
- Narunart, T., & Panjakajornsak, V. (2019). An empirical analysis of factors affecting customer loyalty to sea freight forwarders in Thailand. *Asia-Pacific Social Science Review*, 19(3), 128-143.
- Nurwahyudi, N., & Rimawan, E. (2021). Analysis of customer satisfaction in freight forwarder industry using Servqual, IPA and FMEA methods. *Scientific Journal of Maritime Research*, 35, 109-117.
- Noordewier, T.G., John, G., & Nevin, J.R. (1990). Performance outcomes of purchasing arrangements in industrial buyer-vendor relationships. *Journal of Marketing*, 80-93.
- Phaxisithidet, T., & Banchuen, P. (2020). The influence of logistics flexibility and logistics service quality on competitive advantage of logistics service users in special economic zone, Lao PDR.
-

-
- The First International Conference on Management, Innovation, Economics and Social Sciences, 1-14.
- Raashed, F.A., & Abadi, M.F. (2014). Impact of service quality, trust and perceived value on customer loyalty in malaysia services industries. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 298-304.
- Rahman, S. (2011). An exploratory study of outsourcing 3PL services: an Australian perspective. *Benchmarking: An International Journal*, 18(3), 342-358.
- Rasyidy, M.C., Widayat, W., & Andharini, S.N. (2021). The effect of trust and service quality on customer loyalty of goods delivery services (Case study at PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(2), 72-80.
- Resmî Gazete (2018). Taşıma İşleri Organizatörlüğü Yönetmeliği 2018. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180706-13.htm>, Erişim Tarihi: 16.05.2023
- Restuputri, D.P., Indriani, T.R., & Masudin, I. (2021). The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1-35.
- Risnawati, H., Sumarga, H.E., & Purwanto, S. (2019). The effect of service quality prices and location of companies to customer satisfaction implications on customer loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 38-43.
- Roh, T., Park, K.S., Oh, Y., & Noh, J. (2021). How shipping company satisfies shippers through service quality in South Korea: the mediation role of trust. *Journal of Korea Trade*, 25(5), 19-38.
- Saura, I.G., Frances, D.S., Contri, G.B., & Blasco, M.F. (2008). Logistics service quality: a new way to loyalty. *Industrial Management & Data Systems*, 108(5), 650-668.
- Sevgili, C., ve Nas, S. (2017). Taşıma işleri komisyoncularının gemi acentelerini tercih ölçütleri: İzmir limanı uygulaması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(1), 155-165.
- Shardeo, V., Patil, A., Dwivedi, A., & Madaan, J. (2020). Investigating the transport flexibility measures for freight transportation: a fuzzy best-worst method approach", *International Journal of Logistics Systems and Management*.
- Shi, J., Park, Y., Sugie, R., & Fukuzawa, M. (2022). Long-term partnerships in Japanese firms' logistics outsourcing: from a sustainable perspective. *Sustainability*, 14(10):6376, 1-13.
- Song, K.J., & Yeo, G.T. (2017). A study on extraction of international freight forwarders' service quality factors: the case of South Korea. *Journal of Digital Convergence*, 15(8), 45-58.
- Temel, V. (2022). Sporda Kendi Kendine Konuşma Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *The Journal of International Anatolia Sport Science*, 7(1), 11-24.
- Vasanth, S. (2018). An analysis of customer satisfaction towards freight forwarders. *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences*, 25(1), 12-15.
- Wallenburg, C.M. (2009). Innovation in logistics outsourcing relationships: proactive improvement by logistics service providers as a driver of customer loyalty. *Journal of Supply Chain Management*, 45(2), 75-93.
- Yaşlıoğlu, M.M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *Istanbul University Journal of the School of Business*, 46, 74-85.
- Yıldız, B. (2020). Kargo firmaları hizmet kalitesinin içerik analizi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(38), 42-57.
- Yıldız, E. (2017). Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini, Güven, Müşteri Sadakati ve Kulaktan Kulağa Pazarlama Üzerindeki Etkileri: Gümüşhane İlindeki Kargo Şirketleri Üzerinde Bir Uygulama. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 6(12), 81-88.
- Yu, K., Cadeaux, J., & Song, H. (2017). Flexibility and quality in logistics and relationships. *Industrial Marketing Management*, 62, 211-225.
- Yuan, Y., Chu, Z., Lai, F., & Wu, H. (2020). The impact of transaction attributes on logistics outsourcing success: a moderated mediation model. *International Journal of Production Economics*, 219, 54-65.
-

- Yuen, K.F., Wang, X., Wong, Y.D., & Zhou, Q. (2018). The effect of sustainable shipping practices on shippers' loyalty: the mediating role of perceived value, trust and transaction cost. *Transportation Research Part E*, 116, 123-135.
- Zailani, S., Jafarzadeh, S., Iranmanesh, M., Nikbin, D., & Selim, N.I.I. (2018). Halal logistics service quality: conceptual model and empirical evidence. *British Food Journal*, 120(11), 2599-2614.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal Of Marketing*, 60, 31-46.

Extended Abstract

Aim and Scope

Freight forwarder companies, while managing the logistics processes of the companies they provide services, have to take into consideration the satisfaction of their customers in order to ensure the continuity of these processes and to maintain their own existence among their competitors. The criteria that each customer attaches importance to are not the same. Therefore, it is necessary to establish a general framework that affects the satisfaction of customers. The aim of this research is to examine the effects of flexibility on the quality of service offered by freight forwarders and the effects of this effect on the sense of trust, satisfaction and loyalty of customers.

Methods

The target group of the research consists of companies operating in Turkey and receiving services from freight forwarder companies. It is not possible to reach the entire main mass. For this reason, a sampling method was determined and a certain group was chosen to apply the research. The participants were reached by distributing online questionnaires with the convenience sampling method, which is one of the non-random sampling methods. At the end of the survey application process, a total of 427 questionnaires were reached, 357 of which were determined to be usable.

IBM SPSS Statistics 26 and AMOS 22 programs were used in the analysis part of the research, and Microsoft Office programs were used to organize tables and figures. The research model was analyzed with structural equation modeling. Frequency analysis, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were used to analyze the survey data.

Findings

The scales used in the study were subjected to exploratory factor analysis. The sub-dimensions that emerged as a result of the analysis were named in accordance with the literature. The single-factor structure of the scales has been confirmed as a result of the confirmatory factor analysis for the Service Quality scale, Logistics Flexibility scale, Customer Satisfaction scale and Customer Loyalty scales. Acceptable models were determined in terms of the goodness of fit values obtained for the scales. As a result of the confirmatory factor analysis for the Trust scale, the single-factor structure of the scale was confirmed. All of the goodness of fit values obtained for the scale were found to be within the appropriate reference ranges except RMSEA. As a result of confirmatory factor analyses, it can be said that the collected data is suitable for the model.

Conclusion

According to the findings obtained as a result of the analyzes conducted within the framework of the research, it has been determined that the "Logistics Flexibility" scale has a significant positive effect on trust with a coefficient of 0.79 and on service quality with a coefficient of 0.91 at 95% confidence level. The "Service Quality" scale has a significant positive effect on customer satisfaction with a coefficient of 0.83 at 95% confidence level. The "Trust" scale has a significant positive effect on customer loyalty with a coefficient of 0.08 at 95% confidence level. "Customer Satisfaction" scale has a significant positive effect on customer loyalty with a coefficient of 1.02 at 95% confidence level.