

Yayın Geliş Tarihi: 19.03.2022
Yayına Kabul Tarihi: 23.11.2022
Online Yayın Tarihi: 30.12.2022
DOI: 10.18613/deudfd.1087355
Araştırma Makalesi

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt:14 Sayı:2 Yıl:2022 Sayfa:264-290
E-ISSN: 2458-9942
(Research Article)

DENİZCİLİK İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜMÜ: HOPA LİMANI'NDA BİR UYGULAMA*

Ahsen KARTAL¹
Hatice AYDIN²

ÖZET

Denizcilik işletmelerinin ülke ekonomilerindeki yeri, artan rekabet ortamında işletmeleri avantajlı duruma getirmektedir. İşletmelerin gün geçtikçe artan rekabet ortamında faaliyetlerini sürdürebilmeleri için hizmet kalitesine son derece önem vermeleri gerekmektedir. Kalite algısı yüksek olan denizcilik işletmelerinden hizmet alan kullanıcıların algılanan hizmet kalitesinin ve memnuniyetlerinin artırılması ve memnuniyetin sadakate dönüştürülmesi, hizmet kalitesi stratejilerinin doğru şekilde gerçekleştirilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu çalışmanın amacı; denizcilik işletmelerinde sunulan hizmetlerin kalitesinin, kullanıcıların memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Çalışmanın amaçlarını gerçekleştirmek için Hopa Limanı'ndan hizmet almış olan 125 kullanıcıya yüz yüze, telefonla ve posta yoluyla ulaşılarak anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada hizmet kalitesini ölçmek için kaynak, çıktı, süreç, yönetim, imaj ve sosyal sorumluluk boyutlarından oluşan ROPMIS ölçeğinden yararlanılmıştır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak; nicel araştırma ve küme örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Güvenilirlik ve geçerlilik analizi, açıklayıcı faktör analizi ve regresyon analizi yapılmış ve araştırma sonuçlarına göre; memnuniyet üzerinde en etkili hizmet kalitesi boyutunun süreç boyutu ve sonrasında sırasıyla sosyal sorumluluk, çıktı ve imaj boyutlarının olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca memnuniyetin sadakat üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu da görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Denizcilik İşletmeleri, Hizmet Kalitesi, Memnuniyet, Sadakat, ROPMIS

* Bu çalışma Doç. Dr. Hatice Aydın danışmanlığında Ahsen Kartal tarafından 2022 yılında sunulmuş olan “Denizcilik İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Hopa Limanı'nda Bir Uygulama” adlı Yüksek Lisans Tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

¹ Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ahsen.kartal9@gmail.com, ORCID No: 0000-0002-1970-7693

² Doç. Dr., Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, haydin@bandirma.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-5581-7216

MEASURING THE QUALITY OF SERVICE IN MARITIME BUSINESSES: AN APPLICATION IN HOPA PORT

ABSTRACT

The position of maritime enterprises in the national economy makes them advantageous in an increasingly competitive environment. Businesses need to attach grand importance to service quality in order to continue their activities in an increasingly competitive environment. Increasing the perceived service quality and satisfaction of the users who receive service from maritime businesses with a high quality perception, as well as transforming this satisfaction into loyalty, is possible with the correct implementation of service quality strategies. The aim of this study is to determine the quality of services offered in maritime enterprises, the satisfaction of users and the effect of satisfaction on their loyalty to the enterprise. In order to achieve the objectives of the study, a survey was conducted by contacting 125 users who received service from Hopa Port face-to-face, by phone and by mail. In the study, the ROPMIS scale, which consists of resource, output, process, management, image and social responsibility dimensions, was used to measure service quality. As a data collection method in the study; quantitative research and cluster sampling method were utilized. Reliability and validity analysis, explanatory factor analysis and regression analysis were performed and according to the analysis results; It has been determined that the most effective service quality dimension on satisfaction is the process dimension, followed by social responsibility, output and image dimensions, respectively. It was also observed that satisfaction had a significant effect on loyalty.

Keywords: *Maritime Businesses, Service Quality, Satisfaction, Loyalty, ROPMIS*

1. GİRİŞ

Hizmet sektörü, gelişen teknolojiyle beraber ekonomi içerisindeki payı gittikçe artan sektörlerdendir. Günümüzde değişen koşullar sebebiyle hizmet kalitesi ve memnuniyet kavramları hizmet sektörünün odağı haline gelmiştir. Hizmet kalitesinin memnuniyete etkisinin yüksek olmasından dolayı işletmelerin hizmetlerin kalitesini ölçmesi ve iyileştirmesi, müşteri memnuniyetlerini arttırmada önem taşımaktadır. Hizmet kalitesi; işletmenin fiziksel unsurları, güvenilirliği, çalışanların davranış biçimleri ve bilgi düzeyi gibi faktörleri barındıran çok boyutlu bir kavramdır (Şahin ve Şen, 2017: 1176). Müşteri memnuniyeti ve bunun bir çıktısı olarak da müşteri sadakati oluşturmak isteyen işletmelerin müşterilerin beklentilerini karşılayabilecek stratejiler ile kaliteyi yükseltmeleri gerekmektedir.

Küreselleşmenin artmasıyla birlikte uluslararası ticaret içerisinde en stratejik sektör, “denizcilik” olarak bilinmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde uluslararası ticaretin büyük bölümü, deniz taşımacılığı ile

gerçekleşmektedir. Denizcilik sektörü, Türkiye ekonomisinde de belirleyici bir konuma sahiptir. Bu konunun güçlendirilmesi, rekabet edebilirlik açısından önem taşımaktadır. Denizyolu taşımacılığı faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde önemli yapı taşlarından biri de limancılık sektörüdür. Denizyolu ile gerçekleştirilen dış ticaretin, Türkiye'nin toplam dış ticaretindeki payının %61, Türk limanlarının toplam elleçleme içerisindeki ihracat ve ithalat payının ise %72 olduğu bilinmektedir (TÜRKLİM, 2021: 15). Denizcilik sektörünün önemli hizmet dallarından biri olan limanların varlıklarını devam ettirebilmelerinin yolu, kullanıcıların istek ve beklentileri doğrultusunda kaliteli hizmet sunmak ve memnuniyeti arttırmaktır. Limanlardan hizmet alan farklı kullanıcı gruplarının bulunması, farklı beklenti ve isteklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum, liman işletmelerini daha kaliteli hizmet sunumlarına yöneltmektedir. Liman işletmelerinde rekabette avantaj sağlamak, mevcut kullanıcıları elde tutmak ve potansiyel kullanıcıları kazanmak kaliteli hizmet sunumuyla mümkün olmaktadır. Liman yöneticilerinin sunum sürecindeki hizmet kalitesini iyileştirmek ve algılanan hizmet kalitesini arttırmak için kullanıcıların beklenti ve isteklerinin neler olduğunun ve hizmetlerin kullanıcılarca nasıl algılandığının araştırılması da gerekmektedir.

Hizmet kalitesi ve memnuniyet ile ilgili literatür incelendiğinde fazla çalışmaya rastlanmaktadır (Angelova ve Zekiri, 2011; Demireli ve Bayraktar, 2014; Altan ve Ediz, 2016; Kocagöz ve Eyitmiş, 2020; Dağdeviren, 2021; Suresh ve Vasantha, 2021). Ancak hizmet kalitesi, memnuniyet ve sadakat kavramları ile ilgili denizcilik işletmeleri kapsamında sınırlı çalışma yer almaktadır. Ayrıca denizcilik sektöründe ROPMIS modelini kullanan çalışmalara rastlanmamaktadır. ROPMIS modeli; Resources (Kaynak), Outcomes (Çıktı), Process (Süreç), Management (Yönetim), Image (İmaj ya da İtibar) ve Social Responsibility (Sosyal Sorumluluk) boyutlarını içermektedir ve literatürde önemli bir boşluğu doldurmaktadır (Thai, 2008).

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Hizmet Kalitesi

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, hizmet kalitesi kavramına yönelik farklı tanımlar yer almaktadır. Grönroos (1984) hizmet kalitesini, müşterinin aldığı hizmete ilişkin algı ve beklentilerini karşılaştırdığı bir sürecin çıktısı olarak tanımlamıştır. Parasuraman vd. (1985: 42) hizmet kalitesini, işletmenin müşteri beklentilerini karşılama ya da bu beklentilerin üzerine çıkma yeteneği olarak tanımlamışlardır.

Ghobadian vd. (1994) ise müşterilerin beklentilerinin karşılanma derecesi olarak tanımlamaktadır. Müşteriler pek çok unsuru algılayarak sunulan hizmet ile algılanan hizmeti karşılaştırmaktadır. Hizmet kalitesi, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması ile gerçekleştiğinden dolayı işletmelerin hizmetleri iyileştirerek algılanan hizmet kalitesini arttırmaları gerekmektedir. Bu sebepler göz önünde bulundurulduğunda işletmeler, hizmet kalitesi kavramını öncelikli hedefleri arasına koyarak pazar ve kar paylarını arttırabilmektedir. (Angelova ve Zekiri, 2011: 245).

İşletmelerin hizmet kalitelerini iyileştirebilmek için öncelikle hizmet kalitesini ölçmeleri gerekmektedir. Literatürde hizmet kalitesinin ölçümünde en sık kullanılan model Parasuraman vd. (1988: 23) tarafından 5 boyut ve 22 değişken olarak geliştirilen SERVQUAL modelidir. SERVQUAL modeli, onaylamama paradigmasına dayanmaktadır (Cronin ve Taylor, 1992: 56). Onaylamama paradigmasına göre, müşteri algıladığı hizmet kalitesi ile beklenti düzeyi birbirine eşit olduğu durumda beklenti ile algılanan performans birbirini onaylıyor demektir. Eğer müşterinin hizmetten algıladığı kalite, müşterinin beklentisinin altında ise negatif onaylamama ve hizmet kalitesi beklentiden daha fazla ise pozitif onaylama söz konusudur (Değermen, 2006: 74). Hizmet kalitesi ölçümünde farklı sektörlerde yaygın kullanılan SERVQUAL modeli, günümüz koşulları içerisinde müşterilerin kaliteyi algılamalarında önemli etkileri bulunan yönetim, sosyal sorumluluk ve imaj boyutlarını göz önünde bulundurmamasından ve hizmet kalite ölçümünün sektörler açısından farklılık göstermesinden dolayı Thai (2008) tarafından eleştirilmektedir. Denizcilik sektöründe sürdürülebilirlik kavramının ön plana çıkması ile sunulan hizmetlerin çevreye duyarlı şekilde gerçekleştirilmesi, müşterinin algıladığı hizmet kalitesinde önemli boyutlar olduklarını ortaya koymaktadır. Denizcilik alanında hizmet kalitesi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde SERVQUAL modelinin kullanımı tercih edilmesine rağmen tedarik zinciri hizmet sağlayıcıları ve diğer B2B hizmetleri kapsamında uygun olmadığı belirtilmektedir (Yeo vd. 2015: 438; Phan vd. 2020: 75). Deniz taşımacılığında hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla Thai (2008: 495-500) tarafından geliştirilen, 6 boyuttan ve 24 faktörden oluşan ROPMIS hizmet kalitesi kavramsal modeli ortaya konmuştur. ROPMIS kavramsal modeli, deniz taşımacılığı bağlamında geliştirilen ilk model olmasından ve diğer hizmet kalitesi modelleri ile karşılaştırıldığında yönetim, sosyal sorumluluk ve imaj ile ilgili kalite boyutlarını içermesinden dolayı denizcilik sektöründe uygulanabilir olduğu literatür tarafından desteklenmektedir (Yeo vd. 2015; Arabelen ve Deveci, 2015; Thai, 2016; Le vd. 2018; Phan vd. 2020). Mevcut model, güvenlik ve çevre koruma endişelerinin kritik önem taşımasından dolayı, deniz taşımacılığı hizmetlerinin yeni ve vazgeçilmez bir boyutu olan sosyal sorumluluk boyutuna da ışık tutmaktadır. Günümüzde deniz taşımacılığında aktif rol

alan hizmet sağlayıcıların güvenlik ve çevre koruma bilinci kazanarak sorumlu davranış göstermeleri bu boyutun çıkış noktası olarak kabul edilebilmektedir (Thai, 2008: 501). ROPMIS hizmet kalitesi boyutlarından **kaynak ile ilgili kalite boyutu**; fiziksel kaynaklar, finansal kaynaklar, tesislerin durumu, ekipman, coğrafi konum, altyapı vb. somut özellikleri içeren boyuttur. **Çıktı ile ilgili kalite boyutu**; müşteriler tarafından alınan ürün veya temel hizmetlerin başarısını yansıtan kalite boyutudur. **Süreç ile ilgili kalite boyutu**; çalışanlar ve müşteriler arasındaki etkileşim faktörleri, müşterilerin gereksinimleri, müşterilerin istekleri ve ihtiyaçları hakkında personelin bilgisi ve daha iyi hizmet verebilmek için teknolojinin uygulanmasını içeren kalite boyutudur. **Yönetim ile ilgili kalite boyutu**; müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini, çalışanların bilgi, beceri ve profesyonelliklerini, kaynakların seçimini ve dağıtımını yansıtan kalite boyutudur. Bu boyut, aynı zamanda yeni kalite yönetim döngüsü için yeni girdiler olarak müşterilerin geri bildirim sistemi ve çeşitli kalite guruları tarafından önerilen sürekli iyileştirme ile ilgili kalite boyutunu da ifade etmektedir. **İmaj / İtibar ile ilgili kalite boyutu**; müşterilerin hizmet işletmesi hakkındaki genel algısını içeren kalite boyutudur. **Sosyal Sorumluluk ile ilgili kalite boyutu**; bir kuruluşun çevre ve insan sağlığını ön planda tutarak, operasyon ve yönetim süreçlerinde sorumlu davranması ile ilgili kalite boyutudur.

2.2. Memnuniyet ve Sadakat

Memnuniyet kavramı, müşterilerin satın alma veya tavsiye etme gibi davranışsal eğilimlerinde son derece önemlidir (Duman, 2003: 47). Memnuniyeti sağlamak birçok işletme için mevcut sektörde rekabet avantajı sağlamanın anahtarı olarak görülmektedir. İşletmeler için yeni müşteri kazanmak oldukça önemlidir. Fakat yeni bir müşterinin kazanılması için harcanan emek ve zaman, mevcut olan müşterinin elde tutulmasından beş kat fazla maliyete sahiptir. Bundan dolayı işletmeler için en önemlisi, hizmeti satın alarak deneyimleyen müşterilerin memnun kalmasıdır. Müşterilerin hizmetten memnun kalması, tekrar satın alma ve rakip işletmelerin hizmetlerine yönelmeme anlamına gelmektedir. Bu sebeple işletmeler; müşterilerini sürekli memnun etmek, beklentilerini anlamak ve hizmetlerini geliştirerek yüksek hizmet kalitesi sunmak durumunda olduklarının bilincindedirler (Demir, 2012: 681). Literatürde müşteri memnuniyeti ve kalite ilişkisini ele alan çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Çiçek ve Doğan, 2009; Yağcı ve Duman, 2006; Banar ve Ekergil, 2010; Ataman vd. 2011; Angelova ve Zekiri, 2011; Demireli ve Bayraktar, 2014; Altan ve Ediz, 2016; Kocagöz ve Eytmiş, 2020; Yıldız, 2020; Dağdeviren, 2021; Suresh ve Vasantha, 2021).

Memnuniyet seviyesinin yüksek olması işletmelere olan sadakati arttırmanın yanında fiyata duyulan hassasiyetin azalması, yeni müşteri kazanımı ve etkili reklam oluşturma gibi pek çok yarar da sağlamaktadır (Başanbaş, 2012: 20). Oliver (1993) sadakati, müşterilerin tercihlerinde herhangi bir davranış değişikliğine yol açabilecek durumsal etkiler olmasına rağmen mevcut işletmenin ürünlerini veya hizmetlerini tekrar satın alması olarak ifade etmiştir (Karaosmanoğlu ve Kazançoğlu, 2016: 31). Sadakat, müşterinin bir işletme veya marka ile olan ilişkisini devam ettirme isteği içinde bulunması olarak tanımlanmaktadır (Çatı ve Koçoğlu, 2008: 169). Sadakat oluşturma en temel faktörü memnuniyet olarak görülmektedir (Arasıl vd. 2004: 47). Sadakatin sağlanmasıyla müşteriler, işletme ve hizmetleri ile ilgili pozitif düşüncelere ve satın alma isteğine sahip olup rakiplere kaymayacaklardır (Baytekin, 2005: 43-44).

2.3. Denizcilik İşletmelerinde Hizmet Kalitesi

Denizcilik işletmeleri; deniz ve iç sular içerisinde ulaştırma, işletme ve yönetimine ilişkin ulusal ve uluslararası tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Denizcilik işletmeleri pek çok sektörü kapsayan yapısı, disiplin gerektiren bilimsel alanı ve çok hızlı bir şekilde değişim gösteren dünya koşullarından etkilenmektedir (Cerit vd. 2013: 9). Türkiye Denizcilik İşletmelerinin amacı “Türk karasuları içerisinde; liman işletmeciliği faaliyetleri yapmak, tesisler kurarak işletmek veya işletirmek, hava taşıma araçlarına liman sahaları içinde yer hizmeti vermek, gemi kurtarma ve danışmanlık hizmeti vermek” olarak ifade edilmektedir (TDİ, 2020: 3).

Limanlar, Türkiye ekonomisinin önemli destek üniteleri olup Türkiye'nin ulusal pazarları arasındaki taşımalarını düzenlemekle birlikte uluslararası ticari ilişkilerinin devamlılığına katkı sağlamaktadır. Dış ticaretimizin %87'si limanlarla yapıldığından ve buldukları şehirlerin ekonomik gelişimi ile istihdamına önemli katkılar sağlamalarından dolayı ülkemiz açısından son derece önem arz etmektedir. Limanlar, kara ve deniz operasyonları ile liman içerisindeki faaliyetlerinden dolayı tedarik zinciri ve ulaşım ağları açısından önemli bir konumdadır (Tatar vd. 2019: 139). Bu nedenle liman işletmesinin, kullanıcılarının ne istediğini çok iyi bir analiz etmesi gerekmektedir. Bu sayede liman içerisinde sunulan hizmetlerin satın alınmasını da kolaylaştıracaktır (Esmer ve Karataş Çetin, 2013: 397). Liman, yüklerin ya da yolcuların, suyollarından karaya veya karadan suyollarına aktarılmasının gerçekleştiği yer olarak da ifade edilmektedir (Talley, 2009: 1). Teknolojinin ilerlemesiyle limanlarda yolcu ve yük gemilerinin güvenle yavaşmalarını, kalkmalarını, uluslararası kurallar çerçevesinde yükleme/boşaltma hizmetlerini hızlı ve zamanında yerine getirmelerini ve ileri teknoloji ile sürdürülebilir, güvenli liman hizmetleri vermelerini sağlamak gerekmektedir. Bütün bu hizmetler

verilirken memnuniyeti her zaman en başta tutmak, bir zorunluluk haline gelmiştir (TDİ, 2020: 3). Ulaştırma hizmetlerinde rekabet avantajı elde etmek amacıyla, hizmet kalitesinde meydana gelen iyileşmeler büyük bir öneme sahip olmaktadır (Thai, 2008: 500). Deniz taşımacılığı alanında hizmet kalitesi düzeyi, kullanıcıların liman seçimini etkileyen önemli kriterler haline gelmiştir. Limanlar, mevcut rekabet avantajlarını korumak ve arttırmak için kullanıcılarına en iyi hizmeti sunmaya çalışmaktadır. Bir liman sisteminin temel amacının etkin, verimli ve hızlı bir şekilde yük ve gemi akışı sağlamak olduğu ileri sürülmüştür (Lee vd. 2013: 139). Her sektörün hizmet sunumunda kullanıcılarının kaliteyi algılayışlarına etki edebilecek farklı ölçütler bulunmaktadır. Hizmet kalite ölçümünde kullanılan değişkenlerin önem dereceleri hizmeti satın alan kullanıcılar tarafından farklı şekillerde belirlenmektedir (Çalışkan ve Tek, 2014: 57). Liman hizmet kalitesine yönelik 1900-2000’li yıllardaki araştırmalara göre (Murphy vd. 1991; Frankel, 1993; Lopez ve Poole, 1998; Durvasula vd. 1999; Tongzon, 2002; Ugboma vd. 2004) hizmetlerin değerlendirilmesinde limanın fiziksel varlıkları, güvenilirlik, yanıt verme, esneklik ve empati boyutlarının daha önemli olduğu görülmektedir. Son yıllarda artan çevre bilinci ve sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında birçok liman işletmesi, hizmetlerini sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek için yoğun çaba harcamaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı limanlar bağlamında, ekonomik ve çevresel değişimlerin kabul edilmesi ile bağlantılı olduğu kadar sürekli dönüşümle de ilgilidir. Limanlarda sürdürülebilirliğin temel amacı, limanların finansal performansının artırılması, karbondioksit emisyonunun azaltılması, hizmetlerin daha çevreci sunulmasını sağlayarak çevreyi korumak ve Dünya’nın geleceği için daha az tüketim ile tasarruflu davranmaktır (Köseoğlu ve Solmaz, 2019: 36). İşletmeler, sosyal sorumluluk faaliyetlerine verdikleri önem ile birlikte operasyonların doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltarak işletmenin imajını geliştirmesine ve rekabet edebilme düzeyinin artmasına katkı sağlayabilirler (Yeo vd. 2015: 439). Küresel rekabet şartlarında kalite kavramı ile karakterize edilmiş hizmet pazarları, liman işletmeleri açısından da son derece önemli ve stratejik bir rol oynamaktadır. Hizmet kalitesi, liman işletmelerinin mevcut pazar paylarını koruyarak sürekliliklerini sağlamak ve kullanıcıların memnuniyet düzeylerini arttırmak için önemli bir kavram haline gelmiştir. Bir limanın hizmet kalitesi, potansiyel kullanıcıların liman seçimini etkileyen kilit bir unsurdur. Liman hizmet kalitesi boyutlarını ve memnuniyet üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik literatürdeki çalışma sonuçlarında hizmet kalitesi boyutlarının memnuniyet üzerinde anlamlı etkisi tespit edilmiştir (Ugboma vd. 2004; Ladhari, 2008; Chen vd. 2009; Cho vd. 2010; Kannan, 2011; Gil-Saura vd. 2018; Le vd. 2020; Selasini vd. 2021; Afandi vd. 2021). Denizcilik sektöründe, liman hizmet kalitesi boyutlarına yönelik literatür incelendiğinde geleneksel hizmet kalitesi boyutlarından farklı

olarak günümüzde katma değerli hizmet sunumu, sosyal sorumluluk faaliyetleri, sektördeki imaj algısı, kullanıcıların memnuniyet düzeyleri gibi liman hizmet kalitesini belirleyen birçok faktör bulunmaktadır. Literatür incelendiğinde liman hizmet kalitesi boyutlarında bazı boşlukların olduğu düşünülmektedir. Ladhari (2008), SERVQUAL ölçeğinin, beş genel boyutunun tüm hizmet sektörleri bağlamında uygulanabilir olmadığını ve değiştirilmesi gerektiğini önermiştir. Chen vd. (2009), Tayvan nakliye endüstrisinde müşterilerin algılanan hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL modelinin uygulanabilirliğini test etmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada, bu modelin geçerliliğinin desteklenmediği sonucuna varmışlardır. Yuen ve Thai (2015), liner taşımacılıkta müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olan hizmet kalitesi boyutlarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, bu boyutları sırasıyla güvenilirlik, hız, yanıt verme hızı ve değer olarak tespit etmişlerdir. Ancak SERVQUAL ölçeğinin denizcilik sektörünün benzersizliğini hesaba katmadığı, ölçek ifadelerinin çok genel olduğu ve son tüketiciler için geliştirildiğinden denizcilik sektörüne uygulanmasında zayıflıklar olduğunu da belirtmişlerdir. Literatürde yer alan bu boşluklar ve eleştiriler göz önünde bulundurularak Thai (2008) tarafından deniz taşımacılığında hizmet kalitesinin ölçülmesi amacıyla geliştirilen ROPMIS modelinin, uygulanabilirliği literatürde yer alan çalışmalarla da desteklenmektedir.

Yeo vd. (2015), Kore konteyner limanlarında, liman hizmet kalitesinin (PSQ) müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ROPMIS modeli ile araştırmışlardır. Elde ettikleri bulgular neticesinde, liman hizmet kalitesinin beş faktörlü bir yapı olduğu yönetim ile ilgili faktörü, ardından imaj ve sosyal sorumluluk ile ilgili faktörünün müşteri memnuniyeti üzerinde çok güçlü bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Arabelen ve Deveci (2015), ROPMIS modelinden yararlanılarak, liman hizmet kalitesi değişkenlerinin belirlenmesine yönelik güvenilir bir ölçek geliştirmek ve model önerisinde bulunmayı amaçladıkları araştırma sonucunda, en önemli liman hizmet kalitesi boyutunun “liman kaynakları boyutu” olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda 8 boyut ve 29 değişkenden oluşan modelin, geçerliliğini ve güvenilirliğini kanıtlayarak bir liman hizmet kalitesi modeli önerisinde bulunmuşlardır. Thai (2016), ROPMIS modelini kullanarak liman hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelediği çalışma sonucunda, liman hizmet kalitesinin 4 boyutlu (çıkıtı, süreç, yönetim, imaj ve sosyal sorumluluk) bir yapı olduğu ve bu dört boyutunda müşteri memnuniyeti üzerinde etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Le vd. (2018), denizcilik işletmelerinin nakliye hizmetini kullanan kullanıcıların memnuniyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla ROPMIS modelini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda sırasıyla yönetim, kaynak ve süreç kalite boyutlarının kullanıcıların memnuniyeti üzerinde en büyük etkiye

sahip oldukları belirlenmiştir. Phan vd. (2020), ROPMIS modelini kullanarak liman hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu tespit etmiştir.

Günümüzde liman hizmet kalitesini belirleyen en önemli unsurlardan biri de liman operasyonlarında çevresel duyarlılığın artmasına yönelik uygulamalardır. Bu uygulamaların başında da Yeşil Liman projesi gelmektedir (Denizbülten, 2019). Yeşil Liman sertifikası müşteri memnuniyeti, çevre mevzuatı ve iş sağlığı ve güvenliği mevzuatındaki tüm gerekliliklerin yerine getirildiğini belirtmektedir. Hopa Limanı, Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren liman işletmeleri içerisinde Yeşil Liman sertifikasına sahip ilk liman işletmesi konumundadır (Denizbülten, 2019). Ülkemizde faaliyet gösteren liman işletmelerinin, yeşil liman projesi bağlamında çevreye ve iş sağlığına karşı olan duyarlılıklarının daha da arttırılarak bir standart haline getirilmesi ana hedeflerdendir.

3. ALAN ÇALIŞMASI: HOPA LİMANI

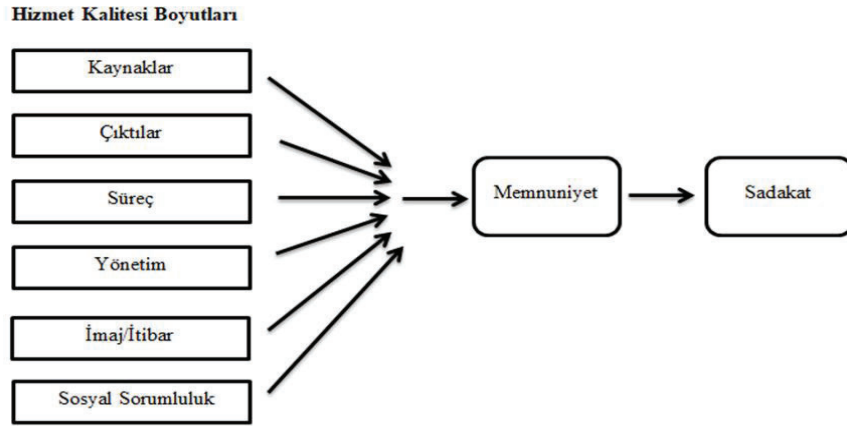
Hopa Limanı, Doğu Karadeniz Bölgesinin en doğusunda yer alan, Sarp sınır kapısına 18 km uzaklıkta olan ve 1972 yılından beridir faaliyet gösteren uluslararası bir limandır (Özer ve Esmer, 2017: 426). Devlet tarafından gerçekleştirilen özelleştirme ile işletme hakkı 1997'de 30 yıl süre ile Park Denizcilik ve Hopa Liman İşletmeleri A.Ş.'ye devredilmiştir.

Hopa Limanı, coğrafi konumu itibariyle Doğu Karadeniz'in dünyaya açılan kapısı olma özelliğini taşımaktadır. Özellikle etkin karayolu taşımacılığı ile Orta Asya ve Orta Doğu ülkelerine transit güzergâhta ve Karadeniz'e kıyısı olan tüm ülkelere denizyolu ile bağlantısı olmasından dolayı liman altyapısı olarak rekabetçi üstünlüğe sahiptir (Tatar ve Özer, 2018: 209). Hopa Limanı, coğrafi konumu itibariyle son yıllarda proje yük taşımacılığında aktarma merkezi haline gelmiştir. Güney Kore, Çin ve Hindistan gibi Uzak Doğu ülkelerinden büyük tonajlı gemilerle Hopa Limanı'na gelen 50 tondan 600 tona kadar her türlü proje yükünü kaldırma kapasiteli vinçlerle tahliye veya yükleme işlemi, liman geri sahasında depolama işlemi ve ihtiyaç duyulduğu zamanda da ağır tonajlı yüklerin gemiden gemiye limbo işlemi gerçekleştirilmektedir (Tatar ve Özer, 2016: 711-712). Hopa Limanı'nda 2011-2020 yılları arasında elleçlenen toplam yük miktarı yaklaşık 948.713 ton olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılı sonu itibariyle toplam elleçleme yaklaşık olarak %7,40 artış göstermiştir. Hopa Limanı 2019 yılı sonu itibari ile ortaya çıkan pandemiye rağmen faaliyetlerine devam ederek bu dönemden en az etkilenen limanlardan olmuştur. Bu süreçte, Hopa Limanı işlem hacmini 2020 yılında, yaklaşık olarak %9 artışla 1 milyon tona yaklaştırmaya devam etmiştir (Hopa Ticaret ve Sanayi Odası, 2020). Hopa Limanı, Karadeniz

limanları arasında ilk Yeşil Liman belgesi alan liman konumundadır. Entegre yönetim sistemi bağlamında hizmet sunumlarını ISO9001 Kalite Yönetim Sistemi, ISO14001 Çevre Yönetim Sistemi ve OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Sistemi standartları kapsamında, liman kalite yönetim sistemini sürekli geliştirmektedir. İşletme içinde uygulanan Kalite, Sağlık, Güvenlik ve Çevre politikası ile kullanıcıların ihtiyaç ve beklentileri doğru belirlenerek hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, kullanıcı memnuniyetinin sağlanması, kaliteli ve eğitimli işgücü, sunulan tüm hizmetlerde sürdürülebilir çözümler üretmek insan sağlığı ve çevrenin korunması, iş güvenliği kalite ilkeleri esas alınmaktadır.

4. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Denizcilik ve liman işletmelerinde hizmet kalitesi ve memnuniyet ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Ancak hizmet kalitesi, memnuniyet ve sadakat kavramları ile ilgili sınırlı sayıda çalışma yer almaktadır. Ayrıca hizmet kalitesi ağırlıklı olarak SERVQUAL modeli ile tespit edilmiştir. Thai (2008) tarafından geliştirilen ROPMIS modelini kullanan çalışmalara neredeyse rastlanmamakta ve bu boşluktan yola çıkılarak geliştirilen hipotezler ve araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

- H₁: Kaynak ile ilgili hizmet kalitesi boyutu, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.
- H₂: Çıktı ile ilgili hizmet kalitesi boyutu, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.
- H₃: Süreç ile ilgili hizmet kalitesi boyutu, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.

- H₄: Yönetim ile ilgili hizmet kalitesi boyutu, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.
- H₅: İmaj / İtibar ile ilgili hizmet kalitesi boyutu, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.
- H₆: Sosyal sorumluluk ile ilgili hizmet kalitesi boyutu, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.
- H₇: Memnuniyet, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının sadakatini etkilemektedir.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın anakütlesini; son on yıl içerisinde Hopa Limanı'ndan hizmet almış kullanıcılar oluşturmaktadır. Anakütleyi oluşturan kullanıcı sayısının 153 olduğu bilinmektedir. Örneklem yöntemi olarak küme örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Hopa Limanı'ndan hizmet almış kullanıcılar faaliyet gösterdikleri alana göre bir küme kabul edilerek, her kullanıcı grubundan ayrı ayrı örneklem alınmıştır. Örneklem büyüklüğünü belirlemede, Baş (2013: 43)'ın formülden yararlanılmıştır. 153 kullanıcı sayısına sahip anakütle için yapılan hesaplamalara göre; incelenen olayın görülüş sıklığı 0,5 ve olayın görülmeyiş sıklığı 0,5 ve örnekleme hatasının $\pm\%5$ olduğu durumda ana kütle temsilen 110 kullanıcıdan cevap alınmasının anlamlı bilgiler elde edebilmek için yeterli olduğu belirlenmektedir. Mevcut veriler 125 kullanıcıya ulaşılarak elde edilmiştir. Anket formundaki ifadeler alanında uzman çevirmenlerce kontrol edilmiş ve liman yöneticileri tarafından anlaşılabilirliği test edilerek son şekli verilmiştir. Anket çalışması yüz yüze, telefonla ve posta yoluyla Nisan 2021-Temmuz 2021 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Ankette, 8 adet tanımlayıcı soru ve 37 adet hizmet kalitesi, memnuniyet ve sadakati ölçen soru ile 5'li Likert tipi ölçek kullanılarak hazırlanmıştır. Hizmet kalitesini için ROPMIS ölçeğinden yararlanılmıştır. ROPMIS ölçeği, literatürde sıklıkla tercih edilen SERVQUAL modelinin, B2B hizmetleri kapsamında uygun olmadığı ve sosyal sorumluluk boyutunun boşluğu göz önünde bulundurularak geliştirilen bir modeldir (Yeo vd. 2015: 438; Phan vd. 2020: 75). Denizcilik işletmelerinin önemli bir unsuru olan liman işletmelerinin de B2B hizmetleri kapsamında faaliyet gösterdiği ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinin denizcilik sektöründe son derece önemli olduğu dikkate alındığında söz konusu ölçeğin kullanımının uygun olacağı düşünülmüştür. Elde edilen verilere SPSS programı ile güvenilirlik ve geçerlilik, açıklayıcı faktör ve regresyon analizleri uygulanmıştır.

6. ARAŞTIRMA BULGULARI

Verilerinin toplanmasında yararlanılan ölçeklerin güvenilirliği için Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının 0,70 üzerinde olması gerekmektedir (Doğan ve Kavtelek, 2015: 212). Araştırmada yararlanılan ROPMIS ölçeğinin 0,860, memnuniyet ölçeğinin 0,833 ve sadakat ölçeğinin 0,882 Cronbach Alpha değerlerinden dolayı güvenilir oldukları belirlenmiştir. Faktör analizine ait değerler Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Hizmet Kalitesi Ölçeğinin (ROPMIS) Faktör Analizi

İfadeler	Faktör Yükleri						Özdeğer	Açıklanan Varyans
	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6		
CIKTI6 CIKTI7 CIKTI8 CIKTI9 CIKTI10 CIKTI11	,766 ,885 ,910 ,816 ,779 ,425						6,272	22,399
YONETIM16 YONETIM17 YONETIM18 YONETIM19 YONETIM20 YONETIM21		,728 ,700 ,738 ,738 ,756 ,643					4,067	14,526
IMAJ22 IMAJ23 IMAJ24			-,898 -,918 -,840				2,842	10,150
SOSYAL25 SOSYAL26 SOSYAL27 SOSYAL28				,847 ,898 ,918 ,755			2,442	8,722
SUREC12 SUREC13 SUREC14 SUREC15					-,752 -,864 -,916 -,673		1,896	6,771
KAYNAK1 KAYNAK2 KAYNAK3 KAYNAK4 KAYNAK5						,857 ,643 ,628 ,758 ,795	1,523	5,438
Açıklanan Toplam Varyans: 68,006; KMO: ,755; Bartlett Testi: 2086,783; df: 378; Sig.: ,000								

Tablo 1'e göre hizmet kalitesi ölçeğine ait KMO değeri 0,755'dir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olup olmadığının belirlenebilmesi için KMO değerinin 0,50 üzeri bir değere sahip olması gerekmektedir (Field, 2009: 659). Verilerin faktör analizine uygunluğunu gösteren Bartlett küresellik testinin ($\chi^2(378)= 2086,783$; $p \leq 0,05$) anlamlı olduğu belirlenmiştir. Literatürde 0,40 ve üzeri faktör yükleri kabul edilebilir olduğundan (Field, 2009: 660) tabloda belirtilen ifadelerin faktörlere önemli katkısı olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizine tabi tutulan 28 ifade için direct oblimin metodu uygulanmış ve orijinal ölçekte olduğu gibi özdeğerleri 1'in üzerinde olan altı faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Birinci faktör toplam varyansın %22,40'ını, ikinci faktör %14,53'ünü, üçüncü faktör %10,15'ini, dördüncü faktör %8,72'sini, beşinci faktör %6,77'sini ve altıncı faktörün %5,44'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Ayrıca faktör yüklerinin düşük, binişik veya boş değerlere sahip olmamalarından dolayı herhangi bir ifade modelden çıkarılmamıştır. Katılımcılardan toplanan verilere uygun analizlerin belirlenebilmesi için normallik testi yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek amacıyla Kolmogorov Smirnov testi yapılmış ve verilerin normal dağılmadığı tespit edilmiştir. Ancak normallik testinde, dağılımın çarpıklık ve basıklık katsayılarının "-1.5" ile "+1.5" aralığında olması mevcut verilerin, normal dağıldığını göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırma verileri bu aralıkta olup normal dağılım göstermektedir. Bu sebeple verilerin analizinde parametrik testlerin kullanılması uygun görülmüş, çarpıklık ve basıklık katsayıları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Verilere Ait Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

	Kaynak Boyutu	Çıktı Boyutu	Süreç Boyutu	Yönetim Boyutu	İmaj Boyutu	Sosyal Sorumluluk Boyutu	Memnuniyet	Sadakat
Çarpıklık	-,078	-,423	-,343	-,084	-,294	-,401	-,428	-,281
Basıklık	-,500	-,504	-,743	-,512	-,770	-,647	-,296	-,620

Hizmet kalitesinin memnuniyet üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinin uygulanabilmesi için oto korelasyon ve çoklu doğrusallık probleminin olup olmadığı tespit edilmektedir. Otokorelasyonun varlığının saptanmasında yararlanılan istatistikî yöntem Durbin-Watson istatistikidir (Albayrak, 2014: 3-4). Otokorelasyonun olmadığını söylemek bu değerlerin 1,5 ile 2,5 arasında olması beklenmektedir (Birgili ve Düzer, 2010: 81). Araştırma modelindeki bu değerler sırasıyla 1,917 ve 1,632 olarak belirlenmiş ve otokorelasyon sorununun olmadığı tespit edilmiştir. Çoklu doğrusallık probleminin olmaması için VIF değerleri 10'un altında ve tolerans değerlerinin 0,2'nin üzerinde olmalıdır (Boymul ve Özeltürkay,

2017: 98). Çalışma modelleri için VIF ve tolerans değerlerinin beklenen değerler arasında olduğu belirlenmiştir. Hizmet kalitesi değişkenlerinin memnuniyet üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için uygulanan çoklu regresyon analizine ait sonuçlar Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Memnuniyet Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

	Standardize Edilmemiş β	Standart Hata	Standardize β	p	Tolerans	VIF
Sabit Değişkenler	,686	,403		,091		
KAYNAK	,039	,068	,041	,566	,870	1,149
ÇIKTI	,179	,072	,193	,014	,744	1,345
SÜREC	,307	,072	,336	,000	,722	1,385
YÖNETİM	-,008	,066	-,009	,903	,774	1,291
İMAJ	,141	,052	,201	,008	,820	1,219
SOSYAL SOR.	,199	,054	,265	,000	,864	1,158
Bağımlı Değişken: Memnuniyet, Düzeltilmiş R^2 = ,441; F = 17,303; p = 0,000						

Tablo 3'teki regresyon analizi sonucuna göre modelin regresyon analizine uygun ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu belirlenmiştir (F:17,303; p=0,000). Mevcut değişkenler, modeldeki değişimin %44'ünü açıklamaktadır. Analiz sonuçlarına göre; süreç ($\beta=0,336$; p=0,000), sosyal sorumluluk ($\beta=0,265$; p=0,000), imaj ($\beta=0,201$; p=0,008) ve çıktı ($\beta=0,193$; p=0,014) değişkenlerinin memnuniyet üzerindeki etkisi anlamlıdır. Kaynak ($\beta=0,041$; p=0,566) ve yönetim değişkeninin ($\beta= -0,009$; p=0,903) memnuniyet üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı görülmektedir. Ayrıca, memnuniyete etkisi bakımından istatistiki açıdan anlamlılığı en yüksek hizmet kalitesi boyutunun süreç boyutu olduğu belirlenmiştir. Memnuniyetin sadakat üzerindeki etkisini belirlemek amacı ile basit regresyon analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Memnuniyet Değişkeninin Sadakat Değişkeni Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

	Standardize Edilmemiş β	Standart Hata	Standardize β	p	Tolerans	VIF
Sabit Değişken	,036	,318		,910		
MEMNUNİYET	,952	,077	,746	,000	1,000	1,000
Bağımlı Değişken: Sadakat; R^2 = ,556; F = 153,933; p = 0,000						

Tablo 4'e göre model regresyon analizine uygun olup (F:153,933; p=0,000) mevcut değişkenler, modeldeki değişimin %55'ini açıklamaktadır. Sonuçlarına göre; memnuniyetin ($\beta=0,952$; p=0,000) sadakat üzerinde anlamlı etkisi olup hipotez sonuçları Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5: Hipotezlerin Test Sonuçları

Hipotezler	p<,05	Sonuçlar
H ₁ : Kaynak ile ilgili hizmet kalitesi, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.	,566	Desteklenmedi
H ₂ : Çıktı ile ilgili hizmet kalitesi, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.	,014	Desteklendi
H ₃ : Süreç ile ilgili hizmet kalitesi, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.	,000	Desteklendi
H ₄ : Yönetim ile ilgili hizmet kalitesi, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.	,903	Desteklenmedi
H ₅ : İmaj/İtibar ile ilgili hizmet kalitesi, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.	,008	Desteklendi
H ₆ : Sosyal sorumluluk ile ilgili hizmet kalitesi, denizcilik işletmeleri kullanıcılarının memnuniyetini etkilemektedir.	,000	Desteklendi
H ₇ : Memnuniyet denizcilik işletmeleri kullanıcılarının sadakatini etkilemektedir.	,000	Desteklendi

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Hopa Limanı kullanıcılarının aldıkları hizmetlerin kalitesinin memnuniyete ve memnuniyetin sadakate etkisini belirlemek amaçlanmış ve bu amaçla 125 liman kullanıcılarından elde edilen verilerin bulguları değerlendirilmiştir.

Liman işletmesinde hizmet kalitesinin, kullanıcıların memnuniyeti üzerindeki etkisi analiz edildiğinde, hizmet kalitesi boyutlarından süreç, sosyal sorumluluk, imaj ve çıktı boyutlarının kullanıcı memnuniyeti üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Memnuniyet üzerinde en yüksek etkiye sahip olan süreç boyutu kullanıcıların değişen talepleri karşısında profesyonel davranış gösterme, kullanıcıların ihtiyaç ve beklentileri hakkında yeterli bilgi sahibi olma, kullanıcıların isteklerine ve sorularına hızlı yanıt verme, hizmetlerinde bilgi teknolojilerini kullanma kriterlerinin değerlendirilmesiyle oluşmaktadır. Çalışmanın bulguları, Çiçek (2005), Arabelen ve Deveci (2015), Thai (2016), Akben ve Özel (2017) ve Le vd. (2018) çalışmaları ile desteklenmektedir. Bu sonuç, personel ile kullanıcılar arasındaki iletişimin güçlü olduğunu ve bilgi teknolojilerinin verimli kullanıldığını göstermektedir. Ayrıca liman işletmesinin kullanıcıların beklentilerini ve isteklerini doğru bir şekilde anlaması, sorularına hızlı yanıt vermesi ve hizmetlerinde bilgi teknolojilerini kullanması gerektiğini de ortaya koymaktadır. Hizmet kalitesi boyutlarından sosyal sorumluluk boyutunun, liman kullanıcılarının memnuniyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Sosyal sorumluluk boyutu, liman işletmesinin sürdürülebilirlik faaliyetlerine verdiği önem ve çevre yönetim sistemine sahip olması kriterlerine göre liman kullanıcıları tarafından değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları, Yeo vd. (2015), Thai (2016) ve Yuen vd. (2018)

çalışmaları ile desteklenmektedir. Liman kullanıcılarının aldıkları hizmetlerde işletmenin çevreye duyarlı ve toplum sağlığını koruyacak şekilde operasyonlarını gerçekleştirmelerine son derece önem verdikleri söylenebilir. Hizmet kalitesi boyutlarından imaj boyutunun liman kullanıcılarının memnuniyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. İmaj boyutu, liman işletmesinin sektör içerisinde sahip olduğu algıyı ifade etmektedir. Araştırma sonuçları Yeo vd. (2015), Thai (2016), Adah (2019), Nemlioğlu Koca (2019) ve Phan vd. (2020) çalışmaları ile desteklenmektedir. Liman işletmesinin sektör içerisinde olumlu itibara sahip olması, liman kullanıcılarının memnuniyetlerinin belirlenmesinde son derece önem taşımaktadır. Hizmet kalitesi boyutlarından çıktı boyutunun, liman kullanıcılarının memnuniyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde, bu araştırma ilgili literatürde yer alan Yuen ve Thai (2015), Arabelen ve Deveci (2015) ve Thai (2016) çalışmaları ile desteklenmektedir. Çıktı boyutu, kullanıcıların limandan aldıkları hizmetlerin ve dokümantasyon işlemlerinin güvenilir, tutarlı, hızlı ve zamanında yerine getirilmesi ve aynı zamanda liman işletmesinin fiyat avantajı sunması kriterlerinin değerlendirilmesiyle oluşmaktadır. Yuen ve Thai (2015) çalışmalarında, güvenilirlik, transit hız, emniyet ve güvenlik faktörlerinin memnuniyet üzerinde son derece etkili olduklarını belirtmişlerdir. Thai (2016), çalışmasında çıktı boyutunun memnuniyet üzerindeki etkisinin önemli olduğuna vurgu yapmaktadır. Hizmet kalitesi boyutlarından kaynak boyutunun, liman kullanıcılarının memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Araştırma sonucu, literatürde yer alan Yeo vd. (2015), Thai (2016), Phan vd. (2020) çalışmaları ile desteklenmektedir. Liman kullanıcıları, kaynak boyutunu oluşturan ekipman mevcudiyeti, fiziksel altyapı gibi kriterleri artık memnuniyeti etkileyen bir boyut olarak değil liman işletmelerinde olması gereken kriterler olarak değerlendirmektedir. Hizmet kalitesi boyutlarından yönetim boyutunun da liman kullanıcılarının memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Yönetim boyutu, araştırma sahası olarak seçilen Hopa Limanı kullanıcılarının memnuniyetlerini etkileyen bir boyut olarak görülmemektedir. Bunun sebebinin ise Hopa Limanı'nın bir aktarma limanı konumunda olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aktarma limanlarının sundukları hizmetlerin çeşitliliği fazladır. Bundan dolayı, denizcilik işletmelerinin bir limanı tercih etmelerindeki önemli sebeplerden biridir. Limana uğrayan gemiler; yakıt temini, pilotaj, depolama gibi çeşitli hizmetler talep etmektedir. Önemli olan nokta ise bu hizmetlerin bir limanda aynı anda verilebilmesi ve gemilerin ihtiyaç duydukları tüm hizmetlerden yararlanabilmesidir (Karataş ve Oral, 2007: 152).

Hopa Limanı, aktarma yükler açısından elverişli bir coğrafi konuma sahiptir. Orta Asya ve Orta Doğu ülkelerine karayolu taşımacılığı, Karadeniz ve Azak Denizi'ndeki tüm ülkelere de denizyolu taşımacılığı ile ulaşım sağlamaktadır. Bu sebeple Hopa Limanı, coğrafi konumu, geniş hinterlandı, yurtiçi ve yurtdışı transit bağlantısı ve sunduğu çeşitli hizmetlerle hem Türkiye'nin hem de Karadeniz ve Orta Asya'nın önemli aktarma limanlarından biri konumunda olup kullanıcıları araştırma örneklemine dahil edilmiştir. Sonuçlara göre, memnuniyet değişkeninin sadakat değişkeni üzerinde anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarının ilgili literatür ile desteklenmektedir (Ganiyu vd. 2012, Chao ve Chen, 2015, Chao vd. 2019). Memnuniyeti yüksek kullanıcılar, liman işletmesinden tekrar hizmet alma ve ilişkilerini sürdürmede daha istekli olmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre H₂, H₃, H₅, H₆ ve H₇ hipotezleri desteklenirken H₁, H₄ desteklenmemektedir.

Limandan hizmet alan kullanıcıların memnuniyetlerini arttırabilmenin yolu, sunulan hizmetlerin kalitesini arttırmaktan geçmektedir. Hizmet kalitesi arttıkça memnuniyette artmakta ve memnuniyetin artması da kullanıcıların sadakatlerini oluşturmaktadır. Kullanıcılar, hizmet aldıkları liman işletmesinden isteklerine ve ihtiyaçlarına geri dönüşlerin hızlı olmasını beklemektedir. Limandan hizmet alan kullanıcı gruplarının çok çeşitli olması da limanın, mevcut kullanıcı gruplarının isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılamada aktif rol oynamasını gerekli kılmaktadır. Kullanıcılarını iyi tanıyan, onların beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayarak kaliteli hizmet sunan limanlar, kullanıcılarının memnuniyetlerinde artış sağlayarak sadakatlerini de arttırmış olurlar. Ayrıca kaliteli hizmet sunan limanlar mevcut pazarlarında rekabet üstünlüğü de sağlayacaklardır. Bu durumda liman işletmesinin sunduğu hizmetlerde bilgi teknolojilerini kullanarak gelişmeye önem vermesi, kullanıcıların memnuniyeti için son derece önemlidir. Bunlarla birlikte kullanıcılar, limandan aldıkları hizmetlerin güvenilir, tutarlı, hızlı ve zamanında yerine getirilmesine de önem vermektedirler. Ayrıca liman işletmelerinin rakiplerine göre fiyat avantajı sunması, mevcut kullanıcılarını kaybetmemek ve yeni kullanıcıları çekmek için önemli bir kriter olduğu söylenebilir. Bir işletmenin başarısının anahtarı kaliteli, hızlı ve minimum maliyetle hizmet sunmak olduğu kadar bu hizmetin doğru bir şekilde tanıtılarak pazarlanmasıdır. Limanın, toplum sağlığını ve çalışanlarının güvenliğini korumak amacıyla sorumlu davranarak operasyonlarını çevreye duyarlı bir şekilde gerçekleştirilmesine kullanıcıların önem verdiği görülmektedir. Sorumlu davranış sergileyen limanlar, kullanıcılarının ve paydaşlarının gözünde güçlü bir imaj algısı yaratmış olmaktadır. Sosyal sorumluluk ve imaj boyutlarının memnuniyet üzerinde anlamlı etkiye sahip olması, kullanıcıların liman seçiminde imaj veya itibar gibi konulara son derece önem verdiğini göstermektedir. Liman

işletmesinin mevcut kullanıcılarının memnuniyetini arttırmak, yeni kullanıcıları bünyesine çekmek ve kapasitesini güçlendirmek için iyi bir imaja sahip olması gerekmektedir. Bu imaj algısına sahip olması da limanın tutundurma faaliyetlerinden geçmektedir. Liman işletmesinin hizmetlerini çeşitlendirmesi, hizmet kalitesinde yaptığı iyileştirmeler ve yeni yatırımları yeterince tanıtmaması imaj algısını güçlendirmesine destek olacak ve yeni kullanıcılar liman işletmesini daha fazla tercih edeceklerdir. Memnuniyeti artırarak sadakat oluşturmak isteyen limanların hizmetlerini hızlı, güvenilir ve zamanında yerine getirmesi, farklı kullanıcı gruplarını iyi tanıyarak müşteri odaklı hizmetler sağlaması ve çevresel hizmet kalitesini artırıcı faaliyetlerde bulunması gerekmektedir.

Mevcut çalışma, liman işletmelerinde sunulan hizmetlerde kalite algısı için güvenli ve çevreye duyarlı operasyonların gerekliliğini kanıtlamaktadır. Bu sonuç hem işletmelere hem de literatüre katkı niteliğindedir. İşletmelerin kalite boyutu olarak imajın ele alınması gereken önemli bir boyut olduğuna dikkat etmeleri gerekmektedir. Çalışma liman hizmet kalitesini ve kullanıcı memnuniyetini fiziksel kaynaklar, ücret gibi tek bir noktaya odaklanarak değil, çok yönlü bir yaklaşımla ele almaktadır. Bu yönüyle hizmet kalitesinin memnuniyet üzerindeki ve memnuniyetin sadakat üzerindeki etkisini doğrulayarak literatüre katkı sağlamaktadır. Ayrıca, hizmet kalitesi modellerinde göz ardı edilen sosyal sorumluluk ve imaj boyutlarının günümüz hizmet kalite algısında ne kadar önemli olduğunu da göstermekte ve araştırmacılar için öncü niteliği taşımaktadır. Özellikle liman işletmelerinde araştırma yapacaklar için önemli bir kaynak niteliği de taşıyacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada hizmet kalitesi, kullanıcı memnuniyeti ve sadakati arasındaki etki düzeyleri Hopa Limanı'ndan hizmet almış olan kullanıcılar ile sınırlı olmasından dolayı Türkiye geneline ya da tüm limanlara genellenemez. Bu kısıt doğrultusunda ileride yapılacak araştırmalarda, liman kullanıcılarının memnuniyeti daha büyük örneklem ile ya da mülakat yoluyla zenginleştirilebilir. ROPMIS modeli, farklı hizmet işletmelerine ya da sektörlerle uyarlanabilir ya da geçerliliği test edilebilir. Farklı limanlar arasında karşılaştırmaya dayalı çalışmalar yapılabilir ve daha büyük örneklemde araştırma tekrarlanabilir. Memnuniyet ve sadakat dışında farklı çıktı değişkenleri açısından değerlendirme yapılabilir. ROPMIS modelindeki ifadeler nitel bir araştırma ile desteklenebilir. Sadece üst düzey yöneticilerle sınırlandırılan bir örnekleme gidilebilir.

KAYNAKÇA

Adah, S.M. (2020). Effect of corporate image on customer loyalty of selected brewed products in Nigeria-Seminar. *Kwararafa University Journal of Management Sciences (Kujoms)*, 5 (2), 76-91.

Afandi, A., Untung, S., Marina, S. ve Majid, S.A. (2021). The influence of ship service quality and loading-unloading productivity on port performance and its implications for customer satisfaction. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 4, 150-165.

Akben, İ. ve Özel, M. (2017). Tedarik zinciri görünürlüğü: Kontrol kulesi yaklaşımı. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (3), 612-627.

Albayrak, A.S. (2014). Otokorelasyon durumunda en küçük kareler tekniğinin alternatifi otoregresyon teknikleri ve bir uygulama. *Süleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19 (1), 1-20.

Altan, Ş. ve Ediz, A. (2016). Türkiye’de Yüksek Hızlı Tren (YHT) için hizmet kalitesinin ölçümü. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (3), 695-720.

Angelova, B. ve Zekiri, J. (2011). Measuring customer satisfaction with service quality using american customer satisfaction model (ACSI Model). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1 (3), 232-258.

Arabelen, G. ve Deveci, D. A. (2015). Konteyner limanlarında hizmet kalitesi değişkenlerinin belirlenmesine yönelik bir model önerisi. *20. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Eskişehir, Türkiye.

Arasıl, Ö., Karaçuha, E., Özer, G. ve Aydın, S. (2004). Türk GSM sektöründe müşteri sadakati, memnuniyeti, güven değiştirme maliyeti arasındaki dinamik ilişkiler: Yapısal denklem modelleme tekniği. *İktisat İşletme ve Finans*, 19 (219), 46-61.

Ataman, G., Behram, N.K. ve Eşgi, S. (2011). İş amaçlı havayolu pazarında hizmet kalitesinin Servqual modeli ile ölçülmesi ve Türk Hava Yolları ‘Business Class’ yolcuları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, 73-87.

Banar, K. ve Ekergil, V. (2010). Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesi: Sunulan hizmetlerin kalitesi ile müşteri memnuniyeti ilişkisi. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10 (1), 39-60.

Baş, T. (2013). *Anket*. Ankara: Seçkin Kitabevi.

Başanbaş, Ş. (2012). Algılanan kalite, tatmin ve bağlılık ilişkisi üzerine otomotiv yan sanayiinde bir araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5 (10), 15-39.

Baytekin, E.P. (2005). Toplam kalite hedefinde müşteri memnuniyetinden müşteri sadakatine. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 1 (1), 41-52.

Birgili, E. ve Düzer, M. (2010). Finansal analizde kullanılan oranlar ve firma değeri ilişkisi: İMKB’de bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46, 74-83.

Boymul, E. ve Özeltürkay, E.Y. (2017). İş tatmini ve örgütsel bağlılığın tükenmişlik sendromu üzerindeki etkisi: Bir sanayii kuruluşunda uygulama. *Journal of Yasar University*, 12 (46), 93-102.

Cerit, A.G., Deveci, D.A. ve Denктаş Şakar, G. (2013). Denizcilik işletmeleri yönetimi: Sınıflamalar, İşlevler ve Deniz Ulaştırması, A. G. Cerit, D. A. Deveci ve S. Esmir (Ed.), *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi* (s.3-57). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Chao, S.L. ve Chen B.C. (2015). Effects of switching costs on customer loyalty in the liner shipping industry. *Maritime Economics & Logistics*, 17 (3), 341-358.

Chao, S.L., Lin, R.Y. ve Sun, Y.H. (2019). Mediating effects of service recovery on liner shipping users. *Transport Policy*, 84, 40-49.

Chen, K.K., Chang, C.T. ve Lai, C.S. (2009). Service quality gaps of business customers in the shipping industry. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 45 (1), 222-237.

Cho, C.H., Kim, B.I. and Hyun, J.H. (2010). A comparative analysis of the Ports of Incheon and Shanghai: The cognitive service quality of ports, customer satisfaction, and post-behaviour. *Total Quality Management*, 21 (9), 919-930.

Cronin JR. J.J. ve Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.

Çalışkan, A. ve Tek, Ö.B. (2014). Liman pazarlamasında bir kaldıraç olarak kuruluş yerinin önemi. III. *Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi*, Trabzon, Türkiye.

Çatı, K. ve Koçoğlu, C.M. (2008). Müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selcuk University Social Sciences Institute Journal*, 19, 167-188.

Çiçek, E. (2005). Müşteri ilişkileri yönetimini uygulama sürecinde başarıyı etkileyen faktörler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 60-72.

Çiçek, R. ve Doğan, İ.C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: Niğde ili örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 199-217.

Dağdeviren, A. (2021). Algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişki: Kaman-Kalehöyük Arkeoloji Müzesi örneği. *ITOBİAD: Journal of the Human & Social Science Researches*, 10 (1), 537-567.

Değermen, H.A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Demir, Ş.Ş. (2012). Avrupa müşteri memnuniyet endeksi modeli: uluslararası otel işletmelerine yönelik bir uygulama. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9 (1), 672-695.

Demireli, C. ve Bayraktar, U. (2014). Hizmet kalitesi ve hizmet değerinin müşteri memnuniyetine etkisi: Demiryolu taşımacılığında bir uygulama. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13 (4), 919-937.

Denizbülten (2019). *Hopaport Yeşil Liman Sertifikası Aldı*. <https://www.denizbulten.com/haber-hopaport-yesil-liman-sertifasi-aldi-20241.html>, Erişim Tarihi: 08.07.2021.

Doğan, S. ve Kavtelek, C. (2015). Hayat Boyu Öğrenme Ölçeği (HBÖÖ): geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28 (2), 205-222.

Duman, T. (2003). Richard L. Oliver'in tüketici memnuniyeti (consumer satisfaction) ve tüketici değer algısı (consumer value) kavramları hakkındaki görüşleri: Teorik bir karşılaştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 45-56.

Durvasula, S., Lysonski, S. ve Mehta, S.C. (1999). Testing the SERVQUAL scale in the business-to-business sector: The case of ocean freight shipping service. *Journal of Services Marketing*, 13 (2), 132-150.

Esmer, S. ve Karataş Çetin, Ç. (2013). Liman İşletme Yönetimi, A.G. Cerit, D.A. Deveci ve Esmer, S. (Ed.), *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi* (s. 377-415), İstanbul: Beta Yayıncılık.

Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London.

Frankel, E.G. (1993). Total quality management in liner shipping. *Marine Policy*, 17 (1), 58- 63.

Ganiyu, R.A., Uche, I.I. ve Elizabeth, A.O. (2012). Is customer satisfaction an indicator of customer loyalty?. *Australian Journal of Business and Management Research*, 2 (7), 14-20.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.

Ghobadian, A., Speller, S. ve Jones, M. (1994) Service quality: Concepts and models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11 (9), 43-66.

Gil-Saura, I., Berenguer-Contrı, G. ve Ruiz-Molina, E. (2018). Satisfaction and loyalty in B2B relationships in the freight forwarding industry: Adding perceived value and service quality into equation. *Transport*, 33 (5), 1184-1195.

Hopa Ticaret ve Sanayi Odası (2020). *Hopa TSO HopaPort'a Destek Olmaya Devam Ediyor*.

<http://hopatso.org.tr/Haberler/tabid/12389/articleType/ArticleView/articleId/35459/Hopa-Tso-Hopaporta-Destek-Olmaya-Devam-Ediyor.aspx>, Erişim Tarihi: 15.09.2021.

Kannan, V., Bose S.K. ve Kannan, N.G. (2011). An evaluation of ocean container carrier selection criteria: An Indian Shipper's perspective. *Management Research Review*, 34 (7), 754-772.

Karaosmanoğlu, C. ve Kazançoğlu, İ. (2016). Yatçıların marina tercihinde algılanan hizmet kalitesinin marina bağlılığı üzerindeki etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, (Özel Sayı), 25-47.

Karataş, Ç. ve Oral, E.Z. (2007). Aktarma limanlarının seçim kriterleri. 6. *Kıyı Mühendisliği Ulusal Sempozyumu*. İzmir, Türkiye.

Kocagöz, E. ve Eytmiş, A.M. (2020). Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve sadakatine etkisi: Yiyecek-içecek sektöründe nicel bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8 (5), 4575-4610.

Köseoğlu, M.C. ve Solmaz, M.S. (2019). Yeşil liman yaklaşımı: Türkiye ve Dünya Yeşil Liman ölçütlerinin karşılaştırmalı bir değerlendirmesi. *IV. Ulusal Liman Kongresi*, İzmir, Türkiye.

Ladhari, R. (2008). Alternative measures of service quality: A review. *Managing Service Quality: An International Journal*, 18 (1), 65-86.

Le, D.N., Nguyen, H.T. ve Truong, P.H. (2020). Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36 (2), 89-103.

Le, A.T., Ho T.V. ve Nguyen, L.N. (2018). Study of satisfaction of customers for the quality of sea transport services: Case in Tan Cang Shipping Joint Stock Company–Da Nang Branch. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 3 (4), 220-224.

Lee, S.Y., Tongzon, J.L. ve Chang, Y.T. (2013). Assessing port service quality by process component: The case of Korean and Chinese ports. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 5 (2), 137-154.

Lopez, R.C. ve Poole, N. (1998). Quality assurance in the maritime port logistics chain: The case of Valencia, Spain. *Supply Chain Management*, 3 (1), 33-49.

Murphy, P.R., Daley, J.M. ve Dalenberg, D.R. (1991). Selecting links and nodes in international transportation: An intermediary's perspective. *Transportation Journal*, 31 (2), 33-40.

Nemlioğlu Koca, Y. (2019). Türk denizcilik sektöründe sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kurumsal ve toplumsal yarar algısı üzerine bir çalışma. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 26, 20-53.

Oliver, R.L. (1993). Cognitive, Affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20 (3), 41-50.

Özer, M.B. ve Esmer, S. (2017). İran'ın dış ticaretinde Hopa Limanının stratejik önemi. *Atatürk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 31 (3), 421-430.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.

Phan, T.M., Thai, V.V. ve Vu, T.P. (2020). Port Service Quality (PSQ) and customer satisfaction: An exploratory study of container ports in Vietnam. *Maritime Business Review*, 6 (1), 72-94.

Selasdini, V., Nurdin M. ve Nugroho A.B. (2021). The effect of service quality in online delivery order (DO) completion on customer satisfaction at Pt. Container maritime activities. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2 (4), 643-650.

Suresh, S. ve Vasantha, S. (2021). Influence of logistics service quality among customer satisfaction using IoT based techniques, *Materials Today: Proceedings*, Çevrimiçi.

Şahin, A. ve Şen, S. (2017). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi. *Journal of International Social Research*, 10 (52), 1176-1184.

Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*, Boston: USA.

Talley, W.K. (2009). *Port Economics*, New York: Routledge.

Tatar, V. ve Özer, M.B. (2016). Kafkasya-Orta Asya hattında kombine taşımacılık faaliyetleri ve Hopa Limanının rolü. 2. *Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi*. Erzurum, Türkiye.

Tatar, V. ve Özer, M.B. (2018). Limanların Türkiye dış ticareti açısından önemi: Hopa Limanı analizi. *International Congress of Management Economy and Policy*. İstanbul, Türkiye.

Tatar, V., Özer, M.B. ve Kartal, A. (2019). Deniz taşımacılığı ve limanların ekonomik etkileri: Hopa Limanı analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6 (5), 138-150.

TDİ. (2020). *Türkiye Denizcilik İşletmeleri 2019 Yılı Faaliyet Raporu Bilanço ve Kar/Zarar Hesabı*. İstanbul.

Thai, V.V. (2008). Service quality in maritime transport: Conceptual model and empirical evidence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20 (4), 493-518.

Thai, V.V. (2016). The impact of port service quality on customer satisfaction: The case of Singapore. *Maritime Economics & Logistics*, 18 (4), 458-475.

Tongzon, J. (2002). Port Choice determinants in a competitive environment. *Proceedings of the Annual IAME Conference*, Panama.

TÜRKLİM. (2021). *Türkiye Liman İşletmecileri Derneği Türkiye Limanları Ekonomik Etki Analizi*. İstanbul.

Ugboma, C., Ibe, C. ve Ogwude, I.C. (2004). Service quality measurements in ports of a developing economy: Nigerian ports survey. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14 (6), 487-495.

Yağcı, M.İ. ve Duman T. (2006). Hizmet kalitesi-müşteri memnuniyeti ilişkisinin hastane türlerine göre karşılaştırılması: Devlet, özel ve üniversite hastaneleri uygulaması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (2), 218-238.

Yeo, G.T., Thai, V.V. ve Roh, S.Y. (2015). An Analysis of port service quality and customer satisfaction: The Case of Korean container ports. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31 (4), 437- 447.

Yıldız, B. (2020). E-ticaret lojistik hizmet kalitesinin güven, memnuniyet ve sadakat üzerindeki etkisi. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6 (1), 37-59.

Yuen, K.F. ve Thai, V.V. (2015). Service quality and customer satisfaction in liner shipping. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7 (2/3), 170-183.

Yuen, K.F., Thai, V.V., Wong, Y.D. ve Wang, X. (2018). Interaction impacts of corporate social responsibility and service quality on shipping firms' performance. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 113, 397-409.

EKLER**Ek 1: Ölçek İfadeleri**

KAYNAK BOYUTU
İşletmede her zaman ihtiyaçlarımızı karşılayacak donanım ve tesisler mevcuttur.
İşletmede kullandığımız donanım ve tesisler modern ve teknolojiktir.
İşletme finansal açıdan istikrarlıdır.
İşletme sunduğu hizmetleri izlemekte ve takip edebilmektedir.
İşletmenin rihtım, depo, dağıtım merkezleri, bağlantı ağları gibi fiziksel altyapı imkânları yeterlidir.
ÇIKTI BOYUTU
İşletme zamanında ve hızlı bir şekilde hizmet vermektedir.
İşletme güvenilir bir şekilde hizmet vermektedir.
İşletme tutarlı bir şekilde hizmet vermektedir.
İşletmede yükler/gemiler güvende ve emniyettedir.
İşletmede dokümantasyon işlemleri güvenilir bir şekilde yürütülmektedir.
İşletme rekabetçi fiyat sunmaktadır.
SÜREÇ BOYUTU
İşletme personeli, değişen kullanıcı taleplerini karşılamada her zaman profesyonel tutum ve davranış sergilemektedir.
İşletme, kullanıcılarının isteklerine ve sorularına hızlı yanıt vermektedir.
İşletme, kullanıcılarının ihtiyaçları ve gereksinimleri hakkında yeterli bilgi sahibidir.
İşletme, kullanıcılarına sunduğu hizmetlerde liman otomasyon sistemleri gibi bilgi teknolojilerini kullanmaktadır.
YÖNETİM BOYUTU
İşletme, operasyonlarında bilişim teknolojilerini kullanmaktadır.
İşletmenin yönetim ve operasyon işlemleri etkin ve verimlidir.
İşletme çalışanları süreç yönetimi için gerekli bilgi ve tecrübeye sahiptir.
İşletme, kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerini anlayabilmektedir.
İşletme, kullanıcılarından hizmetleri ile ilgili geri bildirimler almaktadır.
İşletme, müşteri odaklı operasyon süreçlerini sürekli iyileştirmektedir.
İMAJ BOYUTU
İşletme güvenilirlik açısından sektörde olumlu bir itibara sahiptir.
İşletme, diğer hizmet sağlayıcılarla iyi ilişkiler içerisinde.
İşletme, çalışanlarına ve paydaşlarına iyi bir sosyal sorumluluk kazandırmaktadır.
SOSYAL SORUMLULUK BOYUTU
İşletme, toplum sağlığı ve iş güvenliği açısından sorumlu davranış sergilemektedir.
İşletme operasyonlarını çevreye duyarlı bir şekilde sürdürmektedir.
İşletme çevre yönetim sistemine sahiptir.
İşletme, operasyon ve iş güvenliği kayıtlarını iyi bir şekilde tutmaktadır.