

# SERVİS SİSTEMLERİNDE KALİTENİN ÖLÇÜLMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİNDE DEA MODELİ: BİR BANKACILIK UYGULAMASI

**Nilgün Sarıkaya**

*Sakarya Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Esentepe Kampüsü, 54040, Sakarya*

**Özet:** Günümüzde, servis sektöründeki faaliyetlerin globalleşmesi, çok yoğun bir rekabeti beraberinde getirmiştir. Rekabet olayında da kalite önemli bir denge unsuru olma özelliğini kazanmıştır. Müşteriye odaklanmış kalite ve verimlilik anlayışıyla performansın gelişimini hedef alan geleceğin kuruluşlarının, yönetim biçimi olarak seçtikleri Toplam Kalite Yönetiminde, servis kalitesinin performansının ölçülmesi ve değerlendirilmesinin çok önemli bir yeri vardır. Bu çalışmada, servis kalite tanımlanarak, kalitenin önemi, servis kalitesi kriterleri, kalitenin ölçülmesi ve değerlendirilmesinde kullanılan yöntem ve teknikler tanıtılarak, bu tekniklerden biri olan Benchmarking tekniği olan DEA modelinin Bankacılık sektörüne uygulaması verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Servis Kalitesinin Ölçülmesi, Servis Kalitesi Maliyetleri, Benchmarking*

## THE DEA MODEL IN THE ASSESTMENT AND EVALUATION OF QUALITY IN SERVICE SYSTEMS: THE CASE OF BANKING

**Abstract:** In today's markets, globalization of activities in services industry has brought competition to the industry. Quality has become a competitive tool in establishing the balance in the market. Assessment of service quality and performance is of crucial importance in future organizations adopting the Total Quality Management as the managerial style and emphasizing the achievement of performance goals through improvement in quality and productivity with a customer-oriented view. In this study, following the definitions of service quality, importance of quality in service organizations, explanation of methods and techniques used in service quality assessments and evaluation, an application of DEA method, a Benchmarking technique, in banking is presented.

**Keywords:** *Assessment of Service Quality, Cost of Service Quality, Benchmarking*

### 1. Giriş

Dünya ve ülkemiz ekonomisinde servis sektörünün payı büyüyen bir hızla artmakta, dünya ülkeleri servis ekonomisine veya servis toplumuna geçiş aşamasını yaşamaktadırlar Parasuman (1994).

Rekabet koşullarının ağırlaştığı ve tüketici bilincinin sürekli arttığı servis sektöründe başarılı olmanın temelinde kaliteli servisi sunmak yatmaktadır. Servis sektöründe de kalitede rekabet edebilmenin çok önemli bir önkoşulu olduğu bilincine sahip kuruluşlar sundukları servislerin kalitesini daha da yükseltmenin yollarını araştırmaktadırlar. Toplam Kalite Yönetimi (TKM) uygulamaları bu yolların en kapsamlısıdır. TKY her iki sektörde de geniş uygulama alanları bulmaktadır.

### 2. Servis ve Servis Kalitesi Kavramı

Servis kavramı yaşamımızın her aşamasında değişik biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Literatürde servis ve hizmet kavramları eşanlamlı olarak kullanılmaktadır. En basit olarak servisi, insanların ya da insan gruplarının gereksinimlerini gidermek amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan, soyut faaliyetler bütünüdür diyebiliriz.

Teknolojik gelişmeler hizmet sektörünün hızlı bir şekilde büyümesinde önemli rol oynamıştır. Günümüzde bilişim teknolojileri bankalar, sigorta kuruluşları, yaynevleri, muhasebe ve hukuk büroları, perakende satış yapan firmalar ve turizm kuruluşları tarafından yaygın biçimde kullanılmaktadırlar.

Kalite, müşteri isteklerinin tatmini, operasyon performansının iyileştirilmesi, maliyetlerin düşürülmesi vb. amaçlar için kullanılan stratejik bir yönetim aracıdır. Servis kalitesi ise, verilen servis seviyesinin müşteri beklentileri ile ne kadar iyi eşleştiğinin ölçüsüdür. Servis kalitesini, kalitenin müşteri tarafından algılanan performans düzeyi ya da servisin müşteriye tatmin etme düzeyi olduğu söylenebilir.

Servis kalitesi, müşteri beklentileriyle fiili servis performansının karşılaştırılması sonucu oluşur. Bu performans rekabet tarafından oluşturulan standartlara göre ölçülerek, fiyatla dengelenir.

### 3. Servis Kalitesi Boyutları

Servis kalitesi kavramını somutlaştırabilmek için servis kalitesini oluşturan boyutları incelemek gerekir. Servis kalitesinde meydana gelecek bir artış, servisin çeşitli boyutlarında meydana gelecek kalite artışlarının bir bileşimi olacaktır. Servis kalitesi boyutlarını açıklamaya yönelik çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Sasser, Olsen ve Wyckoof (1978) servis performansının üç boyutu *materyal düzeyi, tesisler ve personel* olarak açıklamışlardır. Yani, servis kalitesinin servisin sonucundan daha fazla şeyi içerdiğini, servisin ulaştırılma biçiminin önemini vurgulamışlardır (Parasuman v.d., 1985). Parasuman, Zeithalm ve Berry servis kalitesinin değişik pazarlar için genelleştirilebilecek 5 servis kalitesi ölçütü oluşturmuşlardır. Zeithalm v.d., (1990): *Güvenilirlik, Heveslilik, Güvence, Nezaket, Fiziksel öğeler*. Ancak bu boyutların hizmet kalitesinin belirlenmesindeki görece önemleri ve rolleri değişebilmektedir.

### 4. Servis Kalitesi Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi

Herhangi bir işletmede, servis kalitesinin artırılmasında temel faktör servis kalitesinin ve müşterilerin bu performans karşısındaki tepkilerinin ölçülmesidir. Servis kalitesini geliştirme programlarının başarısızlık riski yüksektir. Servis firmaları, sık sık tatmin edilmeyen müşteriyi alıkoymak için, teşvikler sağlayarak kalite geliştirme sürecini başlatırlar (Stuart v.d., 1996). Servisin özelliği, kalite kontrolü kendisinin eklemesidir. Servis elle tutulamaz, gözle görülemez, miktar olarak ölçülemez. Ölçülemeyen de kontrol edilemez. Elle tutulamayanların kalitesi, algılamalarla, beklentilerle, fikirler yoluyla değerlendirilir

#### 4.1 Servis Kalitesi Maliyetleri

Mal ve servislerin tatmin edici kalite düzeyine sahip olabilmesi, maliyetlerinin de tatmin edici düzeyde oluşmasına bağlıdır. Rekabet olayında, kalite bir denge unsurudur. Maliyet faktörleri de bu dengenin sağlanmasına yardımcı olurlar. Servis kalitesi maliyetleri, aktivitelerine göre çeşitli gruplara ayrılırlar. Bunlar, *önleme, değerlendirme ve başarısızlık maliyetleri (iç ve dış başarısızlık)* (Oakland 1993). Bankacılık sektöründe bu maliyetleri incelediğimizde ortaya çıkan durum şu şekilde özetlenebilir. 1- Önleme Maliyetleri: analiz ve sistematik kontrolünün getirdiği maliyettir. Hataların en erken aşamada fark edilip, düzeltilen hata, bütün maliyetleri düşürür ve kaliteyi artırır. 2. Değerlendirme Maliyetleri: işin değerlendirilmesi, doğrulanması ve denetlenmesinin getirdiği masraftır. Bu geleneksel denetleme sistemi olup, bankalarda işleri tekrar tekrar doğrulamakta müfettişler görevlendirilir. 3- İç Başarısızlık Maliyeti: büyük olasılıkla bankacılığın en kötü düşmanı budur. Yakalanan hataları düzeltmenin maliyeti çok büyüktür. 4- Dış Başarısızlık Maliyeti: bunlar müşteriye ulaşan ve pahalı soruşturmalara, düzeltmelere, cezalara ve hesap (yeni müşteri) kaybetmeye yol açan hatalardır (Deming, 1986).

#### 4.2. Servis Kalitesi Ölçüm Yöntem ve Teknikleri

Servis kalitesi performansının ölçülmesi, sayma ve gözlem yolu ile toplanan verilerle değerlendirilir. Orijinal verilerin toplanması ve kaydedilmesi için kullanılan bir çok yöntem ve teknik vardır: 1. SERVQUAL Yöntemi: 1983-1990 yılları arasında Amerika'da geliştirilmiştir. SERVQUAL, servis kalitesinin en kapsamlı çalışmalarından biridir. Yaratıcıları, geliştirdikleri yöntemin evrensel olarak geçerli olduğunu ve küçük değişikliklerle her sektöre uygulanabileceğini, servis kalitesi boyutlarını tanımladıklarını savunmaktadırlar (Parasuman v.d., 1994). Bir çok araştırmacı tarafından kritik edilse de SERVQUAL yöntemi şu ana kadar farklı sektörlerde yaygın uygulama alanı bulan bir yöntemdir (Landrum ve Prybutok, 2004). 2. BENCHMARKING: Sürekli gelişime inanmış kuruluşların müşteri doyumunu ve rekabet üstünlüğünü hedefleyerek, ürün, servis ve süreçlerle mükemmellik örneği olan lider kuruluşların gelişmiş ve etken uygulamalarını kendi kuruluşlarına uyarlamak amacıyla kullanacakları sistematik bir karşılaştırmalı ölçme yöntemidir.

##### 4.2.1. Servis Kalitesinde DEA Modeli

Veri saklama analizi (Data Envelopment Analysis) DEA, geçen bir kaç yıl esnasında kazancın artmasıyla servis kalitesinde popülerite olmuş bir Benchmarking tekniğidir. Servis kalitesinin yüksek düzeyde başarılması önemlidir (Soteriou ve Stavrinides, 1997). DEA modelleri en çok banka şubelerinin performansını değerlendirmede gelişti. Servis kalitesinin çıktılarını içermez. Bir X bankası örneğinde DEA modelini inceleyelim. Tablo 1'de X bankasının gerçek performansı ile hedeflenen performansı karşılaştırılır.

Tablo 1. Verdiğimiz X Şubesinin hedef değerleri ve gerçek değerleri-kaynakların tanımlanması

Girişler / Çıkış	X Şubesi (Gerçek)	X Şubesi (Hedef)
Daire Personeli (saat)	12.320	4340
İdari Personel (saat)	3700	1460
Bilgisayar Terminalleri (saat)	8767	3127
Çalışma Alanı (m <sup>2</sup> )	495	153
Personel hesaplarının sayısı	1211	312
Tasarruf hesaplarının sayısı	5179	2043
İşletme hesaplarının sayısı	906	95
Kredi uygulanan hesapların sayısı	1851	448
Servis Kalitesi	5.6	5.6

Tablo 2. Aynı büyüklükteki emsal şubeyle verimsiz şubenin karşılaştırılması

Girişler	X Şubesi (gerçek)	X için emsal şube (gerçek)
Daire Personeli (saat)	12320	11322
İdari Personel (saat)	3700	3567
Bilgisayar Terminalleri (saat)	8767	3.227
Çalışma Alanı (m <sup>2</sup> )	495	422
Personel hesaplarının sayısı	1211	1098
Tasarruf hesaplarının sayısı	5179	4877
İşletme hesaplarının sayısı	906	902
Kredi uygulanan hesapların sayısı	1851	1546

Tablo 1’de, X şubesinin işe başlarken koyduğu hedeflerle (standartlar), gerçekleşenler karşılaştırılıp, performans ölçülüyor. Ve ölçüm neticesinde verimsiz olduğu görülüyor. Tablo 2’de X şubesiyle, emsal bir şubenin karşılaştırılıp, Benchmarking (kıyaslama) yapılmıştır. X şubesinin emsal şubeye göre verimsiz olduğu saptanmıştır. Özellikle, emsal şubenin servis kalitesi benzer düzeyini sağlarken, daha az bilgisayar zamanı kullandığı gözlemlenmiştir. Geliştirilen DEA modeli, iç müşteri servisi kalite algılamalarının servis kalitesi çıkışıyla birleştirilerek, banka şubesi Benchmarklarını sağlar.

## 5. Sonuç

Hizmet kalitesine yönelik değerlendirme ve karşılaştırmaların işletme performansının ve olası iyileştirmelerin belirlenmesinde Benchmarking yönteminin özel bir uygulaması olan DEA yönteminin faydalı olabileceği görülmektedir. Bu yaklaşım yardımıyla işletme içinde hizmet kalitesinin belirlenmesinde rol oynayan çeşitli unsurların görece önemlerini ve işletmedeki mevcut uygulamanın görülmesine imkan tanımaktadır. Elde edilen bulguların işletmede hizmet tasarımında ve iyileştirme faaliyetlerinin oluşturulmasında rol oynayacağı açıktır.

## Kaynaklar

- Deming, W.E.**, “*Out of The Crisis*”, Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1986.
- Landrum, H, and Victor. R. Prybutok.**, “Production, Manufacturing and Logistic A Service Quality and Success Model for the Information Service Industry”. *European Journal of Operational Research*, 156 (2004), pp. 628-642, 2004.
- Qakland, S. John.**, “*Total Quality Management : The Route The Improving Performance*”, Butterworth-Heinemann Ltd. London, 1993.
- Parasuman, A., Valarie, A., Zeithalm, Leonard, L. Berry.**, “Reassment of Expectations as Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research”, *Journal of Marketing*, Vol.58, pp. 111-124, January 1994.
- Soteriou, C. Andreas ve Yiannos Stavriniades.**, “An Internal Customer Service Quality Data Envelopment Analysis Model for Bank Branches”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol.17, Number.8, MCB University Press, pp.780-789, 1997.
- Stuart, F. Ian, Stephen S. Tax.**, “Planning for Service Quality: an Interactive Approach,” *Journal of Service Management*, Vol.7, No:4, MCB University, pp.58-75 August 1995, February- 1996.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuman, A., ve Leonard L. Berry.**, “*Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*, pp. 21-22, New York, The Free Press, 1990.