

Ya_ar_kepti- _Kongre_tam_metin.docx

Yazar

Gönderim Tarihi: 01-Haz-2023 07:44AM (UTC+0300)

Gönderim Numarası: 2106499138

Dosya adı: Ya_ar_kepti-_Kongre_tam_metin.docx (65.09K)

Kelime sayısı: 3699

Karakter sayısı: 25443

HAVAYOLU ULAŞIMI HİZMET KALİTESİNİN SERVQUAL YÖNTEMİYLE ÖLÇÜMÜ

Yaşar KEPTİ
Gazi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üye. Seda HATİPOĞLU
Gazi Üniversitesi

ÖZET

Havacılık sektörü, küresel ekonomilerin ve ticaret ağlarının odağında gelişen ve geçmişten günümüze kadar uzanan köklü bir yapıya sahiptir. Bu nedenle hava taşımacılığını oluşturan bileşenlerin her biri sektörde ayrı bir öneme sahipken bu önemin gerekçesi olarak zamanla başlı başına bir pazar haline gelen havayolu ulaşımı rekabet piyasalarında yerini almıştır. Tüketicilerin kalite ve hizmet anlayışında her geçen gün daha fazla talepkâr olması ise hem rekabeti artıran bir etkiye sahip hem de kalitede ve hizmette işletmeleri sürekli yenilik ve gelişmelere açık hale getirmektedir. Algılanan hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyet düzeyi ve hizmetin tekrar talebi üzerinde önemli bir etkiye sahip olması nedeniyle algı boyutu ve değer göstergelerini ölçmek, işletmelerin kendilerine yol haritaları çizme sürecinin bir parçası olmaktadır. Havayolu ulaşımındaki hizmet kalitesi ve algılanan kalite açısından araştırma amacına yönelik nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak bir çalışma ortaya konulmuştur. Bu anket çalışması için sorular çeşitli akademik yayınlardan derlenerek yeni bir ölçek oluşturulmuş ve bu ölçeğe yönelik güvenilirlik-geçerlik analizleri yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerlik katsayıları kabul değerlerinde olduğundan ölçek çalışmada kullanılmaya karar verilmiştir.

Anahtar kelimeler: Havayolu Ulaşımı, Hizmet, Kalite

MEASUREMENT OF AIR TRANSPORTATION SERVICE QUALITY BY SERVQUAL METHOD

Yasar KEPTI
Gazi University

ABSTRACT

The aviation industry has a deep-rooted structure that develops at the center of global economies and commerce networks and extends from the past to the present. For this reason, while each of the components of air transportation has a separate importance in the sector, air transportation, which has become a market on its own, has taken its place in the competitive markets as the reason for this importance. The fact that consumers are being more demanding in terms of quality and service concepts both has an effect that increases competition and makes companies open to continuous innovations and developments in quality and service. Since the perceived service quality has a significant impact on the level of customer satisfaction and repeat service demand, measuring perception size and value indicators is a part of the process of drawing roadmaps for companies. In terms of service quality and perceived quality in air transport, a study was conducted using the survey technique, one of the quantitative research methods for research purposes. For this survey study, a new scale was created by compiling the questions from various academic publications and reliability-validity analyzes were made for this scale. Since the reliability and validity coefficients of the scale were at acceptance values, it was decided to use the scale in the study.

Key words: Air Transportation, Service, Quality

Giriş

Hava yolu ulaşımı, ulaşım ağı içinde önemli bir yere sahiptir. Ulaşım bugün ekonomilerin ve ticari faaliyetlerin temelinde yer alır. Hem ülkeler arası ticari faaliyetlere hem de ülkelerin kendi ulaşım sahalarında hava yolu ulaşımı yük ve yolcu taşımak amacıyla kullanılmaktadır. Tarihsel sürece bakıldığında hava yolu ulaşımı son yüzyılda gelişme gösteren ancak en çok değişimin yaşandığı bir sektör haline gelmiştir. Zaman ve hız açısından büyük avantajları olan hava yolu ulaşımı ve taşımacılığı diğer ulaşım hizmetlerine göre farklılıklar arz eder. Bu farklılıkların başında maliyetlerin yüksekliği ile verilen hizmetlerin çeşitliliği gelmektedir. Bu bağlamda hava yolu ulaşımında kalite ve hizmet öncelikli olmaktadır. Müşteri memnuniyeti ve beklentilerinin de yüksek olması bu sektördeki hizmet anlayışının öncüllerinin belirleyicisi olarak kabul görmektedir. Bu nedenle hava yolu hizmetlerinde hizmet kalitesinin ölçümü önemsenmektedir.

Hava yolu taşımacılığı ve ulaşım sektöründeki kalitenin ölçülmesi adına yapılan pek çok çalışma bulunmaktadır. Özellikle yolcuların hava yolu şirketlerinden aldıkları hizmetleri değerlendirme bağlamında yapılan çalışmalarda hizmet kalitesi ve memnuniyet algısı sorgulanmaktadır. Bu çalışmada hava yolu hizmet kalitesi ölçümleri için müşteri olarak kabul edilen hizmet alıcılara yönelik planlanan çalışmada hizmet kalitesi ölçümü amacıyla sorular oluşturulmuştur. Bu soruların çeşitli çalışmalardan alıntılanan soru ve analiz sonuçlarından hareketle çerçevesi oluşturulmuş ve derlenen sorulardan uygulanacak anket soruları seçilmiştir. Bu bağlamda soruların güvenilirlik ve geçerlik analizleri de yapılmıştır.

1. Hizmet Kalitesi

Kalite, verilen bir hizmetin veya üretilen bir malın kullanıcısı tarafından algılanan bir olgu olmasının yanı sıra bu mal ve hizmeti sunan tarafın da belirlediği bir ölçüttür. Kalite mal ve hizmetlerdeki etkinliğin ve performansın göstergesi olan bir araçtır. Hizmet üreten işletmeler için kalite algısını ölçmenin müşterilerin farklı değer yargılarından dolayı daha zor olduğu bilinmektedir (Pekkaya ve Akıllı, 2013). Hizmet kalitesi ise beklenen hizmet ve algılanan hizmet kalitesi olarak iki farklı yönüyle ele alınmaktadır (Ling vd. 2005; Park, 2005; Saha ve Theingi, 2009; Kee Mun ve Ghazali, 2011; Ramez, 2012). Bu iki kalite algısı arasındaki ilişki müşterilerin davranışlarını belirleyen önemli bir belirteç olarak görülmektedir. Bu açıdan farklı

hizmet kalitesi ölçüm araçları bulunmaktadır. Bu araçlardan hizmet sektöründe olması gereken hizmeti ölçmek amacıyla bilinen bir yöntem olan Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilmiş SERVQUAL yöntemi de sıklıkla kullanılmaktadır.

Hizmet pazarlaması anlayışına göre hizmet sektöründe yer alan işletmelerin çalışanlarının alt, orta ve üst kademelerinde yönetici olarak çalışanların tüketici beklentilerinin neler olduğunu eksiksiz olarak bilemedikleri yapılan araştırmalarda ortaya çıkmaktadır (Zeithaml vd. 1988). Hizmet kalitesi anlayışının tüketicilerin sahip olduğu farklılıklar gereği birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan hizmet kalitesinin yüksek olması amacıyla pazar araştırmaları yapılması zorunlu hale gelmektedir (Lovelock, 1996: 470). Kısacası tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla veri toplamak, sistematik bir yaklaşımla pazarlamam araştırması yapmak ve kapsamlı bir uygulama ile mümkün olması beklenir (Kotler ve Armstrong 1997: 109). Özellikle tüketicilerin istek ve şikayetlerini dikkate almak için müşterilerine anket yoluyla ulaşarak veri toplayan hizmet işletmeleri bulunmaktadır.

Tüketicilerin algılan ve beklenen hizmet anlayışları arasındaki farklılıkları kayda değer ölçüde azaltılabilmesi için, tüketicilerin hizmet veren işletmeler tarafından doğru tanınması ve algılanabilmesi için pazarlama araştırmalarına ilaveten kalite çerçevesinde teknik ve fonksiyonel kalite ile işletme imajını dikkate almaları gerekmektedir (Okumuş ve Hilal, 2007). İşletme imajı, teknik ve fonksiyonel kalite kapsamında oluşan bir boyut olduğu için tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının teknik ve fonksiyonel kalitenin sağlanması pazarlama çalışmaları açısından iletişim araçlarının da etkin bir kullanımıyla olumlu bir hale dönüştürülebilmektedir. Bu açıdan birebir iletişim kanallarından olan kulaktan kulağa iletişim, hizmet sektöründe bu olumlu etkinin yayılmasını kolaylaştıracaktır (Kotler ve Armstrong 1997: 617). Bankacılık sektöründe yapılan bir çalışmaya göre sektörün genel olarak olumsuz bir imajı var ise aynı sektörde yer alan başka işletmelerin de olumlu bir işletme imajı yaratmasının zorlaşacağı ifade edilmiştir (Kavak, 1996: 197).

Tüketicilerin beklentilerini karşılanabilmesi için işletmenin bunu doğru olarak algılayamamasından kaynaklanan farkın doğru bir şekilde çözüme kavuşturulabilmesi için bir öneri ise işletmede iletişim uygulamasında aşağıdan yukarı ya da çalışan-yönetici ilişkisinin gelişmesi üzerine olması yönündedir (Zeithaml, Berry ve Parasuraman 1988: 38). Aşağıdan yukarıya iletişim sisteminin faydası örgütsel yapı içinde işleyen bir iletişim kanalı olarak tüketicilerin istek ve şikayetlerinin çalışanlar tarafından ilgili yöneticilere ulaştırılması için kolaylık sağlar (De Cenzo ve Robbins 1996: 38). Bu bağlamda tüketicilerle birebir iletişim kuran çalışanların tüketici beklentilerinin karşılanıp sorunlara çözüm bulunması açısından

yöneticilerine faydalı bilgiler sunmaları mümkün olmaktadır (Bitner, Booms ve Mohr 1994: 96).

2. Müşteri Memnuniyeti

İşletmeler ürün ve hizmet sundukları müşterileri için şikâyet ve beklentileri daha iyi anlayıp analiz edebilmek amacıyla hizmet kalitesi değerlendirmesi için çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Yoğun rekabet ortamında işletmelerin müşterilerine yönelik şikâyet ve beklentilerini karşılamada hizmet kalitesini arttırmak için giriştiği çabaların tümü müşteri memnuniyeti kapsamında değerlendirilir. Yoğun rekabet ortamında başarılı olabilmek için bu beklenti ve istekleri karşılayabilmek ve şikâyetlere çözüm sunarak bertaraf etmek gereklidir. Bu açıdan müşteri memnuniyeti ölçülmesi yaygın bir uygulama olarak pazarlama araştırmalarının önemli konularından biridir (Ofir and Simonson, 2001).

Müşteri memnuniyetinin ölçülebilmesi için pazarlamada iki yöntem kullanılır. Birincisi genel tatmin düzeyini ölçümlemek amacıyla Day (1977)'in ifadesine göre ürün ya da hizmetin kullanılmasından sonra sorulabilecek sorular şeklindedir. İkincisi ise müşterinin ürün ya da hizmetin çeşitli boyutları ile ilgili ifadelerin yer aldığı soruların sorulmasıdır. Çalışmalarda farklı sorular olsa da genel olarak bu bağlamda araştırmalar yapılmaktadır.

3. Hava yolu ulaşımı

Hava yolu taşımacılığı, ulaşım hizmetleri arasında maliyeti en yüksek ancak hız ve zaman açısından ilk sırada yer alan ve günümüz teknolojisiyle birlikte çok tercih edilen bir seçenek haline gelmiştir. Tarihsel süreçte bakıldığında ulaşım hizmetlerinin en yenisi ve en gelişmiş halidir. Bu nedenle verilen hizmet ve kalite her zaman ön planda olmaktadır. Hem taşımacılık hem de yolcu hizmetleri olmak üzere farklı hizmetlerin sunulduğu hava yolu ulaşımı önemli bir pazar ve hizmet alanıdır.

4. Hava yolu ulaşımında hizmet kalitesi

Soruların oluşturulmasında dikkate alınan bazı göstergeler bulunmaktadır. Müşterilerin hizmet kalitesi beklentisini ölçmek amacıyla ideal bir havayolu işletmesinden beklentilerini dikkate alarak alt boyutta 10 adet Fiziksel Özellikler/Unsurlar bağlamında soru oluşturulmuştur. Aşağıdaki Tablo 1'de bu sorular yer almaktadır:

Tablo 1: Fiziksel Özellikler/Unsurlar

1	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet vermelidir.
2	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahat olmalıdır.
3	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu, modern görünümlü uçaklara sahip olmalıdır.
4	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolunun, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitli olmalıdır.
5	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.
6	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli personellerinin üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.
7	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film, vb. eğlence sistemine sahip olmalıdır.
8	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolunun uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.
9	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile, vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanıma sahip olmalıdır.
10	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır.

İdeal bir hava yolu işletmesi için müşterilerin beklentilerinden bir alt boyut olarak belirlenen “Güvenilirlik” faktörü bağlamında toplam 9 soru seçilmiş ve ölçeğe dahil edilmiştir. Sorular hava yolu ile ilgili olan ve yer hizmetlerini kapsayan sorular olarak iki kategoride ve tek faktör altında toplanacak şekilde dağılım yapılmıştır.

Tablo 2: Güvenilirlik soruları

1	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir.
2	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolu check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir.
3	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirmelidir.

4	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli personelleri yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi göstermelidir.
5	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır.
6	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir.
7	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.
8	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.
9	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirmelidir.

İdeal bir hava yolu hizmeti algısında heveslilik, isteklilik ve yanıt verebilirlik başlığı altında alınan hizmetin hava yolu ve yer hizmetleri açısından değerlendirilebilmesi için toplam 6 sorudan oluşan bir faktör belirlenmiştir. Tablo 3’ te bu soruların dağılımı gösterilmektedir.

Tablo 3: Heveslilik/ İsteklilik /Yanıt Verebilirlik

1	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolunun host/hosts ve pilotları yolculara hızlı hizmet vermelidir.
2	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir.
3	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolunun host/hosts ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.
4	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.
5	Havayolu Sorusu	İdeal bir havayolunun host/hosts ve pilotları, başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.
6	Yer Hizmeti Sorusu	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj alım bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler.

Ölçeklerin güvenirlik katsayıları, normal dağılım uyup uymadıkları ve birbirileri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 4: Güvenirlik Katsayıları ve Normallik Dağılım Sonuçları

	<i>Çarpıklık</i>	<i>Basıklık</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Beklenti soruları			
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	-0,773	0,286	0,775
Güvenilirlik	-1,205	0,885	0,833
Heveslilik/İsteklilik/Yanıt Verebilirlik	-0,390	-0,250	0,843
Güvence	-1,129	1,584	0,842
Empati	-0,658	0,411	0,844
Algı soruları			
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	-0,152	0,357	0,874
Güvenilirlik	-0,327	0,942	0,916
Heveslilik/İsteklilik/Yanıt Verebilirlik	-0,084	-0,178	0,900
Güvence	-0,165	-0,013	0,909
Empati	-0,016	-0,163	0,887

Bir dağılımın bakılarak normal bir dağılım gösterip göstermediği noktasında karar verilebilmesi için çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınır. Bu noktada basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) için mutlak değer olarak 3 ve basıklık (Kurtosis) için mutlak değer olarak 10'un üzerinde olmamalıdır (Kline, 2011). Çalışmadaki ölçekler normal dağılım göstermektedir. Ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 arasında olduğu belirlenmiş ve bu da ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Tavakol ve Dennick, 2011). Genel olarak çalışmanın ölçeklerinin güvenilir olduğu sonucu çıkmaktadır.

Tablo 5: Beklenti Sorularına İlişkin Soruların Güvenirlik Katsayıları

	Değişken Silindiğinde C.Alpha Değeri
<i>İdeal bir havayolu, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet vermelidir.</i>	0,961
<i>İdeal bir havayolunun, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahat olmalıdır.</i>	0,960
<i>İdeal bir havayolu, modern görünümlü uçaklara sahip olmalıdır.</i>	0,960

<i>İdeal bir havayolunun, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitli olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film vb. eğlence sistemine sahip olmalıdır.</i>	0.961
<i>İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanıma sahip olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi göstermelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven vermelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven vermelidir.</i>	0.960

<i>İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, uçuşlarının ertelenme / iptal olasılığı düşük olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun çağrı hizmeti çalışanları, yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun uçuş tarifi, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmelidir.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun yolcularına avantaj sağlayan sadakat programları olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.</i>	0.960
<i>İdeal bir havayolunun web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlı olmalıdır.</i>	0.960

Tablo 6: Algı Sorularına İlişkin Soruların Güvenirlilik Katsayıları

	Değişken Silindiğinde C.Alpha Değeri
<i>THY, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet verir.</i>	0.960
<i>THY'nin, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahattır.</i>	0.960
<i>THY, modern görünümlü uçaklara sahiptir.</i>	0.960
<i>THY'nin, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitlidir.</i>	0.960
<i>THY'nin host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlüdür.</i>	0.960
<i>THY'nin, check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlüdür.</i>	0.960

THY, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film vb. eğlence sistemine sahiptir.	0.960
THY'nin uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniştir.	0.960
THY, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanıma sahiptir.	0.960
THY'nin uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenlidir.	0.960
THY, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim eder.	0.960
THY, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirir.	0.959
THY, uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirir.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi gösterir.	0.959
THY'nin, varış meydanında bagaj teslim süresi kısadır.	0.960
THY'nin, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet verilir.	0.960
THY, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahiptir.	0.959
THY, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirir.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirir.	0.959
THY'nin, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet verir.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara hızlı hizmet verir.	0.959
THY'nin host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içindedir.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara her zaman yardım etme isteği içindedir.	0.959
THY'nin, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap verir.	0.959
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj alım bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap verir.	0.959
THY'nin host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven verir.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven verir.	0.959
THY'nin, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılıdır.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılıdır.	0.959
THY'nin, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahiptir.	0.960
THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahiptir.	0.959
THY'nin, uçuşlarının ertelenme/iptal olasılığı düşüktür.	0.960

<i>THY'nin, çağrı hizmeti çalışanları yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.</i>	0.960
<i>THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenir.</i>	0.959
<i>THY'nin, host/hostesleri uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenir.</i>	0.959
<i>THY'nin, uçuş tarifi, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenir.</i>	0.959
<i>THY, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapar.</i>	0.960
<i>THY'nin, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.</i>	0.959
<i>THY'nin, yolcularına avantaj sağlayan üyelik programları vardır.</i>	0.960
<i>THY'de, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyededir.</i>	0.960
<i>THY'nin, web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlıdır.</i>	0.960

SONUÇ

Hava yolu ulaşımında hizmet kalitesi ve algılanan kalitenin ölçülmesi amacıyla oluşturulan ölçek çalışması sonucunda alt boyutlarıyla birlikte ölçek tamamlanmış ve geçerlik güvenirlik analizleri yapılmıştır. Bu çalışmanın kapsamı sadece hava yolu taşımacılığında hizmet kalitesi ve yer hizmetlerinde algılanan hizmet olarak belirlenmiş ve bu bağlamda sorular oluşturulmuştur. Sonuç olarak kullanılabilir bir ölçek uygulama için alana kazandırılmış ve uygulamak için hazırlanmıştır. Hizmet kalitesinin ölçümünün kapsamının sadece hava yolu şirketleri ile sınırlı olmadığı, bununla beraber yer hizmetlerinin de bu hizmet kalitesinde algılanan bir ölçüt olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla yer hizmetleriyle başlayan hava yolu ulaşımındaki hizmet anlayışının nihai noktaya ulaşana kadar devam ettiği görülmektedir. Bu doğrultuda ölçek çalışmasının kapsamı belirlenmiş ve değerlendirmeler yapılmıştır. Algılanan hizmet ve kalitenin bu sorular çerçevesinde ölçülmesi ve sonraki çalışmalarda da kullanılmak üzere bu alanda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Day, R. L. (1977), "Extending the Concept of Consumer Satisfaction", Atlanta: Association of Consumer Research, 4: 149-154
- De Cenzo, David A. ve Stephen P. Robbins (1996), Human Resource Management, 5th ed., New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kavak, Bahtişen (1996), "Hizmet Sektöründe Konumlandırma: Türk Ticaret Bankacılığı Sektöründe Konumlandırma Faaliyetlerinin Müşteri Tutum ve Beklentileri Açısından Değerlendirilmesi", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Şubat, Ankara: Hacettepe Üniversitesi S.B.E.
- Kee Mun, W. ve M. Ghazali (2011). "Branding Satisfaction in the Airline Industry: A Comparative Study of Malaysia Airlines and Air Asia", African Journal of Business Management, 5(8), 3410-3423.
- Kotler, Philip ve Gary Armstrong (1997), Marketing: An Introduction, 4th ed., New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Ling, F.-I, J.-L. Lu ve K. Lin (2005). "Difference in Service Quality of Cross-strait Airlines and its Effect on Passengers' Preferences", Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, 6, 798-813.
- Lovelock, Christopher H. (1996), Services Marketing, 3rd ed., Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Ofir C. ve Simonson I. (2001), "In Search of Negative Customer Feedback: The effect of Expecting to Evaluate on Satisfaction Evaluations", JMR, Journal of Marketing Research, 38, 2: 170.
- Okumuş, A., & Hilal, A. (2007). Havayolu taşımacılığında yerli ve yabancı yolcuların memnuniyet düzeylerine göre beklentilerinin incelenmesi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (13), 152-175.
- Park, J.-W., R. Robertson ve C.-L. Wu (2005). "Investigating the Effects of Airline Service Quality on Airline Image and Passengers' Future Behavioural Intentions: Findings from Australian international air passengers", The Journal of Tourism Studies, 16(1), 2-11.

- Pekkaya, M., & Akıllı, F. (2013). Hava yolu hizmet kalitesinin SERVPERFSERVQUAL ölçeği ile değerlendirmesi ve istatistiksel analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 75-96.
- Ramez, W.S. (2012). "Patients' Perception of Health Care Quality, Satisfaction and Behavioral Intention: An Empirical Study in Bahrain", *International Journal of Business and Social Science*, 3(18), 131-141
- Saha, G.C. ve Theingi (2009). "Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions A Study of Low-cost Airline Carriers in Thailand", *Managing Service Quality*, 19(3), 350-372.
- Zeithaml, Valerie A., Leonard L. Berry ve A. Parasuraman (1988), "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality", *Journal of Marketing*, 49 (Spring), 33-46.

%3

BENZERLİK ENDEKSİ

%3

İNTERNET KAYNAKLARI

%1

YAYINLAR

%0

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

docplayer.biz.tr

İnternet Kaynağı

%1

2

dergipark.org.tr

İnternet Kaynağı

%1

3

Submitted to Beykent Universitesi

Öğrenci Ödevi

<%1

4

stp-bandung.ac.id

İnternet Kaynağı

<%1

5

docplayer.com.br

İnternet Kaynağı

<%1

6

www.researchgate.net

İnternet Kaynağı

<%1

7

PEKKAYA, Mehmet and AKILLI, Fatma. "HAVA YOLU HİZMET KALİTESİNİN SERVPERF-SERVQUAL ÖLÇEĞİ İLE DEĞERLENDİRMESİ VE İSTATİSTİKSEL ANALİZİ", Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 2013.

Yayın

<%1

Alıntıları çıkart

üzerinde

Eşleşmeleri çıkar

Kapat

Bibliyografyayı Çıkart

üzerinde