



## Araştırma Makalesi • Research Article

# Havayolu İle Yolcu Taşımacılığında Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: İstanbul Hava Limanları Örneği \*

*Determination of the Factors That Affect Customer Satisfaction in Airline and Passenger Transportation: Istanbul Airports Example*

Bayram Topal <sup>a</sup>, Hasan Şahin <sup>b,\*\*</sup>, Beyza Topal <sup>c</sup>

<sup>a</sup> Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 54187, Sakarya/Türkiye.

ORCID: 0000-0002-3521-4266

<sup>b</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fak., Endüstri Mühendisliği Bölümü, 10200, Balıkesir/Türkiye.

ORCID: 0000-0002-8915-000X

<sup>c</sup> Öğr. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Adapazarı Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, 54290, Sakarya/Türkiye.

ORCID: 0000-0001-7056-5611

## MAKALE BİLGİSİ

### Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 06 Temmuz 2018

Düzeltilme tarihi: 10 Kasım 2018

Kabul tarihi: 14 Aralık 2018

### Anahtar Kelimeler:

Havayolu,  
Müşteri Memnuniyeti,  
Hizmet Kalitesi,  
İstatistik Analiz.

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received July 06, 2018

Received in revised form November 10, 2018

Accepted December 14, 2018

### Keywords:

Airline,  
Customer Satisfaction,  
Service Quality,  
Statistical Analysis.

## ÖZ

Ülkemizde yakın zamana kadar havayolu ile seyahat etmek lüks bir yolculuk olarak kabul ediliyordu. Bugün artık hemen tüm vatandaşlarımızın kullandığı bir seyahat aracı haline gelmiştir. Son 15 yılda Türkiye’de 26 olan aktif havaalanı sayısının iki kattan fazla artarak 55’e ulaşmıştır. Buna paralel olarak 2002’de Türkiye geneli havalimanları iç hat yolcu sayısı 8,7 milyondan 2017 yılında 109 milyona ulaşmıştır. Son on beş yılda iç hatlarda yolcu sayısında yıllık yaklaşık %21’lik artış sağlanmıştır. Bu çalışmada Türkiye’de havayolu ile yolcu taşımacılığında algılanan hizmet kalitesinin boyutları araştırılmıştır. Türkiye’de iç ve dış hatlarda seyahat eden yolcuların yerli hava yolu şirketlerinin vermiş oldukları hizmetlerden algıladıkları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve müşterilerin tekrar satın alma davranışına yansımaları belirlenmeye çalışılmıştır. Kalite algısı ve müşteri memnuniyetinin belirlenebilmesi için bir anket formu düzenlenmiştir. Anket çalışması Ankara ve İstanbul’daki havalimanlarından seyahat eden 406 yolcu üzerinde gerçekleştirilmiştir.

## ABSTRACT

In our country traveling by airline until recently was considered a luxury journey. Traveling by air until ten or fifteen years ago was considered a luxury journey. Today it has become a travel tool used by almost all our citizens. 26 number of active airport in Turkey has been reached 55 increased more than doubled in last 15 years. Thus, while the number of domestic passengers in 2002 was 8.7 million domestic passengers, it reached 109 million in 2017. In the last 15 years the number of domestic passengers has increased by approximately 21 percent annually. In this study, dimensions of perceived service quality at passenger transport by air in turkey were investigated. In passengers traveling on domestic and international flights in turkey of the quality of the services they perceived from the quality of the services provide of national airline companies has been tried to determined customer satisfaction and reflections on customer repurchase behavior. A questionnaire form was prepared to determine the mentioned quality perception and customer satisfaction. The survey was conducted on 406 passengers traveling from airports in Ankara and Istanbul.

## 1. Giriş

Günümüzde hızla büyüyen ulaşım sektörü ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel olarak gelişimine katkıda

bulunan en önemli araçlardan birisidir. Deniz, kara ve hava ve demiryolu taşımacılığında oluşan ulaşım sektörü içerisinde; özellikle havayolu ulaşımı, hem ulusal hem de

\* Bu çalışma, 28-29 Nisan 2018 tarihlerinde İstanbul’da düzenlenen International Congress of Management Economy and Policy (ICOME’18-Spring) isimli kongrede bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: hasansahin77@gmail.com

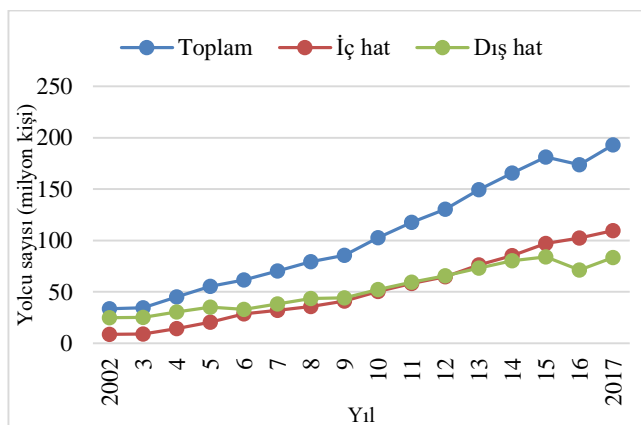
uluslararası ticareti arttırmakta, yolcuların veya eşyaların en kısa zamanda, en hızlı ve güvenilir bir şekilde ulaşımına olanak tanımaktadır. Bu imkânlarının yanında ayrıca, sosyal ve kültürel olarak da insanları birbirine yaklaştırmakta ve kültürleri kaynaştırmaktadır. Hava taşımacılığının dünyadaki bu etkileyici gelişiminden bağımsız kalamayan ülkemizde de son yıllarda hava taşımacılığı önemli mesafeler kat etmiştir. Hatta ülkemizdeki havayolu sektörü büyüme konusunda, dünya ortalamasının daha üstünde bir performans sergilemektedir. Ancak sektörde küreselleşmenin de etkisiyle rekabet çok yoğun yaşanmakta ve bu sektörde hizmet veren işletmeleri zor durumda bırakmaktadır. Bu zorlu ortamdan çıkmanın yolu ise farklılaşmaktan ve hizmet anlayışını geliştirmekten geçmektedir. Farklılaşma, hava yolu işletmelerinin sunmuş oldukları hizmetin kalitesinde, güvenlik anlayışında, ikramlarında veya yer hizmetlerinde kendisini göstermektedir.

Ülkemizde 2000 yılından öncesine kadar havayolu ile seyahat etmek lüks bir yolculuk olarak kabul ediliyordu. Ancak tüm bölgelere ulaşımı sağlayacak hava limanlarının açılması ve uçak biletlerinin makul bir seviyelere gelmiş olmasından dolayı tüm vatandaşlarımızın kullanabildiği bir seyahat aracı haline gelmiştir.

Son 15 yılda Türkiye’de 26 olan aktif havaalanı sayısı iki kattan fazla artarak 55’e ulaşmıştır. 2012 yılında iç hat yolcu sayısı 8,7 milyon iken bu sayı 2017 yılında 109 milyona, yine 2002 de dış hat yolcu sayısı 25 milyondan 2017 yılında 83,5 milyona yükselmiştir. Toplam yolcu sayısı ise 2002 yılında 33,7 milyondan 2017 yılında 193 milyona ulaşmıştır. Böylece son 15 yılda toplam havayolu yolcu sayısında yıllık ortalama %13’lük bir artış gerçekleşmiştir (TUIK, 2018; DHMİ, 2018).

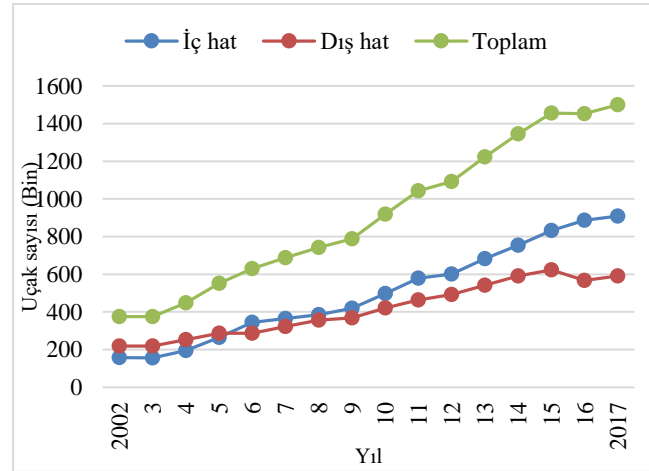
Şekil 1’deki grafikte yıllara göre yolcu trafiğinin değişimi gösterilmiştir. Grafikte 2016 yılı haricinde yolcu trafiğinin sürekli bir artış içinde olduğu görülmektedir. Aynı grafikte iç hat yolcu trafiğinin, dış hat yolcu trafiğini geçtiği de görülmektedir. Bunda Türkiye’nin çoğu yerine hava yolu ile ulaşımın ve bilet fiyatlarının makul seviyelere gelmesinin etkisi büyüktür.

**Şekil 1.** Türkiye Geneli Havalimanları Yolcu Grafiği (2002-2017)

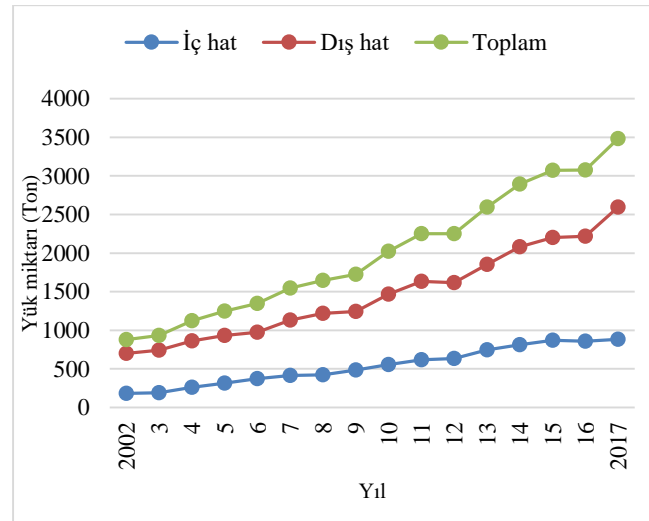


Şekil 2’deki grafikte yıllara göre uçuş sayıları gösterilmiştir. Grafikte özellikle iç hat trafiğinin dış hatlara göre daha hızlı bir gelişme gösterdiği anlaşılmaktadır.

**Şekil 2.** Türkiye Geneli Havalimanları Uçak Grafiği (2002-2017)



**Şekil 3.** Türkiye Geneli Havalimanları Yük Taşımacılığı (Kargo+Posta+Bagaj) Grafiği (2002-2017)



Şekil 3’te Türkiye’deki havalimanlarından yük taşımacılığı ile ilgili (bagaj, kargo, posta) grafik verilmiştir. Grafikten görüleceği üzere özellikle dış hatlar yük taşımacılığı yıllara göre önemli bir artış göstermektedir.

Türkiye’de mevcut sivil hava trafiğine açık havalimanları Tablo 1’de listelenmiştir. Tablodan ülkemizin hemen tüm bölgelerine ulaşımı sağlayacak hava limanı potansiyelinin olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Türkiye'de Sivil Hava Trafikğine Açık Havalimanları

No	Havalimanı Adı	No	Havalimanı Adı
1	İstanbul Atatürk Havalimanı	29	Erzincan Havalimanı
2	İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı 1	30	Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı <sup>3</sup>
3	Ankara Esenboğa Havalimanı	31	Hatay Havalimanı
4	İzmir Adnan Menderes Havalimanı	32	Iğdır Havalimanı
5	Antalya Havalimanı	33	Kahramanmaraş Havalimanı
6	Gazipaşa Alanya Havalimanı 2	34	Kars Harakani Havalimanı
7	Muğla Dalaman Havalimanı	35	Kastamonu Havalimanı
8	Muğla Milas-Bodrum Havalimanı	36	Kayseri Havalimanı
9	Adana Havalimanı	37	Kocaeli Cengiz Topel Havalimanı
10	Trabzon Havalimanı	38	Konya Havalimanı
11	Isparta Süleyman Demirel Havalimanı	39	Malatya Havalimanı
12	Kapadokya Havalimanı	40	Mardin Havalimanı
13	Erzurum Havalimanı	41	Muş Havalimanı
14	Gaziantep Havalimanı	42	Samsun Çarşamba Havalimanı
15	Adıyaman Havalimanı	43	Siirt Havalimanı
16	Ağrı Ahmed-i Hani Havalimanı	44	Sinop Havalimanı
17	Aydın Çıldır Havalimanı 2	45	Sivas Nuri Demirağ Havalimanı
18	Amasya Merzifon Havalimanı	46	Şanlıurfa GAP Havalimanı
19	Balıkesir Koca Seyit Havalimanı	47	Şırnak Şerafettin Elçi Havalimanı
20	Balıkesir Merkez Havalimanı	48	Tekirdağ Çorlu Havalimanı
21	Batman Havalimanı	49	Tokat Havalimanı
22	Bingöl Havalimanı	50	Uşak Havalimanı
23	Bursa Yenişehir Havalimanı	51	Van Ferit Melen Havalimanı
24	Çanakkale Havalimanı	52	Zafer Havalimanı 2
25	Çanakkale Gökçeda Havalimanı	53	Zonguldak Çaycuma Havalimanı 2
26	Denizli Çardak Havalimanı	54	Ordu-Giresun Havalimanı
27	Diyarbakır Havalimanı	55	Hakkâri Yüksekova Selahaddin Eyyubi Havalimanı
28	Elazığ Havalimanı		

Kaynak: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü, 2018

Not: 1 Savunma Sanayi Müsteşarlığı denetiminde özel şirket tarafından işletilmektedir. 2 DHMİ denetimli özel şirket tarafından işletilmektedir. 3 Eskişehir Anadolu Üniversitesi SHYO tarafından işletilmektedir.

## 2. Literatür İncelemesi

Fiziksel olmayan bir ürün olarak kabul edilen hizmet, bir ücret ve menfaat karşılığı üretilmekte olup, stoklanamama, depolanamama, eş zamanlılık gerektiren, verene alanın etkileşim içinde olduğu ve anında tüketilme özelliklerine sahiptir (Canöz, 2017). İnsanların, yükün, postanın, yer ve zaman faydası sağlayacak şekilde bir hava aracı ile havadan yer değiştirmesi olarak tanımlanan havayolu taşımacılığı da çeşitli hizmetlerden oluşan bir süreçtir. Bunlar; uçak bakım, tamir, onarım, yer hizmetleri, ikram ile ilgili hizmetler, güvenlik hizmetleri, rezervasyon vb. hizmetleri kapsamaktadır (Gerede 2015). Havayolu taşımacılığı hizmetleri uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrası olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Uçuş öncesi; müşterinin havayolu hizmetiyle ilgili bilgi talep etmesiyle başlamakta, satın alma kararını vermesi, ödemeyi yapması ve bileti satın almasıyla devam etmektedir. Daha sonra müşterinin havaalanına gelmesi, havaalanı işletmesinden hizmeti alması, bagaj ve bilet işlemlerini tamamlaması, güvenlik, pasaport ve gümrük işlemleri ve sonrasında uçağa binmesi ile sona erer. Uçuş sırasında kabin hizmeti alması, uçuş sonrasında ise; uçaktan ayrılıp, bagajlarını alması ve en sonunda havaalanından ayrılması ile hizmet tamamlanmaktadır (Gerede 2015).

Havacılık sektörü hizmet sektörünün önemli dallarından biridir. Sektör hem ulusal hem de uluslararası düzeyde öneme sahiptir (Kasper vd., 1999). Uçak yolculuğu bir dönem oldukça maliyetli olması sebebi ile lüks olarak görülmekte ve nispeten az sayıda insan tarafından tercih edilmekte idi. Son yıllarda bilet fiyatlarındaki düşüşle birlikte havayolu ulaşımına olan talepte ciddi artışlar meydana gelmiştir. Hava yolu taşımacılığı ile ilgili olarak getirilen yeni düzenlemelerle birlikte hizmet sunan firma sayısı da artmıştır. Bu durum yeni havayolu şirketlerinin iç hatlarda hizmet sunmasına, mevcut firmaların yeni hatlar açmasına ve uçuş olan yerlere yönelik sefer sayılarını arttırmalarına sebep olmuştur. (Yaylalı ve Dilek, 2009). Havayolu yolcularının havayolu işletmelerini tercih nedenlerini ve hizmetlerden memnuniyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek için birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Tuncer ve Gavcar (2014), havalimanı terminal hizmet kalitesini etkileyen faktörleri belirlemişlerdir. Suhartanto ve Noor (2012), 400 kişi üzerinde yaptıkları çalışmada havayolu müşteri memnuniyetinde hizmet kalitesi ve fiyatın rolünü araştırmışlardır. Veri analizinin sonuçları, genel olarak, tam hizmet havayolu müşterilerinin, düşük maliyetli havayolu şirketlerinin müşterilerine göre memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Gambo (2016), Nijerya'da iç hat yolcuları arasında havayolu hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 400 kişi üzerindeki yaptıkları araştırmada dört hizmet kalitesi özelliği (uçuş içi hizmetler, güvenilirlik, yanıt verme ve bagaj taşıma hizmetleri) ile müşteri memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Yayar ve Tekin (2015), havayolu seyahatleri sürecinde

bireylerin firma tercihinde hangi faktörlerin etkili olduğunu ve bu faktörlerin nasıl bir etki yarattığını Çoklu Logit Modeli ile araştırmışlardır.

Korkmaz vd. (2015), Türkiye’de havayollarında algılanan hizmet kalitesinin boyutlarını araştırmışlar, iç hatlarda seyahat eden yolcuların algıladıkları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve müşterilerin tekrar satın alma davranışına olan etkisini incelemişlerdir. Ringle, Sarstedt, ve Zimmermann (2011), havayolu yolcularından toplanan verilere yapısal eşitlik modellemesi uygulamışlar ve algılanan güvenliğin genel müşteri memnuniyetinin derecesini açıklayabilecek en önemli faktörlerden biri olduğunu ortaya koymuşlardır. Eğlence amaçlı seyahat edenlerin iş için seyahat yapanlara göre güvenlik algısını daha öne çıkardıkları görülmüştür. Canöz (2017), web sayfaları üzerinden yaptığı bu araştırmada, hava yolu işletmelerinin hizmet anlayışlarını kurumsal web sayfalarına yansıttıklarını görmüştür. Firmaların hizmet anlayışı çerçevesinde en fazla hizmet sunumu, uçuş noktası çeşitliliği, güvenli ve zamanında uçuş hususlarında kendileriyle ilgili bilgilere yer verdiklerini değerlendirmiştir.

Küçükönel ve Korul (2009), havayolu sektörünün, geniş bir yelpazede faaliyetlerini sürdürdüğü ve aynı sahada birden fazla havayolu ve havacılık dışı işletmeler ile rekabet içerisinde olduğunu bu sebeple öncelikle emniyet, yüksek kalite ve güvenilirlik konularına büyük önem verilmesi gerektiğini belirlemişlerdir. Atalık (2009), sık uçan yolcu programlarında sunulan ödüllerin müşteri bağlılığı üzerine etkisini Türk Hava Yolları firmasında araştırmıştır. Aktepe ve Şahbaz (2010), Ankara ilinde yaptıkları çalışmada Türkiye’nin en büyük beş havayolu işletmesinin marka değeri unsurlarını incelemişlerdir. Yıldız ve Erdil (2013), Sabiha Gökçen ve Atatürk Havalimanında faaliyet gösteren havayolu şirketlerinin yolcuları ile yaptıkları çalışmada, yolcuların havayollarından aldıkları hizmetlerden memnuniyetlerini Servqual ve Servperf ölçekleriyle açıklamış ve THY ortalamalarının diğer havayollarına göre daha yüksek çıktığını tespit etmişlerdir.

Okumuş ve Asıl (2007), havayolu taşımacılığında yerli ve yabancı yolcuların memnuniyet düzeylerine göre beklentilerini incelenmiş ve yerli yolcuların hizmette somut unsurlara yabancı yolcuların ise soyut unsurlara daha fazla önem verdiklerini saptamışlardır. Park (2007), yolcuların bilet satın alırken etkilendikleri ölçütleri belirlemeye çalışmıştır. Çelikkol vd. (2012), müşterilerin tercihlerine neden olan ve memnun olmalarını sağlayan faktörleri belirlemişlerdir.

Çırpın ve Kurt (2016), havayolu taşımacılığı hizmeti sunan bir firmanın hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine olan etkisinin araştırdıkları çalışmalarında müşteri beklentilerinin %86,8 oranında karşılandığını, müşteri memnuniyetine en fazla etki eden faktörün ise güvenilirlik olduğunu tespit etmişlerdir. Yaylalı ve Dilek (2009), Erzurum’da yolcuların havayolu ulaşım tercihlerini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Gürses (2006),

havayolu işletmeciliğinde müşteri tercihlerini etkileyen faktörler ve yerli yolculara yönelik bir araştırma yapmıştır. Erkeyman (2013), uçuş aksaklıkları probleminin çözümü için bilgi tabanlı karar destek sistemi önermiş ve bu yaklaşım için bir yazılım geliştirmiştir.

Clemes vd. (2008), uluslararası hava yolculuğunda yolcu memnuniyetini ve davranışsal niyetlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Hussain vd. (2015), Dubai merkezli bir havayolu şirketinin hizmet kalitesi, hizmet sağlayıcı imajı, müşteri beklentileri, algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve marka sadakati arasındaki bağlantılarını incelemişlerdir. Leong vd. (2015), SERVPERF’in müşteri memnuniyeti ve sadakat üzerindeki etkilerini yapısal eşitlik modeli-yapay sinir ağları üzerinden öngörücü bir analitik yaklaşım ile incelemiştir. Wu ve Cheng (2013), havayolu endüstrisi için kapsamlı ve sektöre özel hizmet kalitesi modeli sunmuşlardır. Jiang (2013), Asya ve Okyanusya’ya odaklanan uzun mesafeli düşük maliyetli uçaklarda seyahat eden yolcuların belirli bir havayolu seçme nedenlerini araştırmışlardır.

Jiang ve Zhang (2016), Çin’in iç pazarındaki dört ana havayolu şirketinin hizmet kalitesini araştırmış ve hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki bağlantıyı ve havayolu şirketlerinin mevcut yolcuları elinde bulundurabileceği koşulları incelemişlerdir. Wong ve Musa (2011), Malezya’daki Malezya havayolları (tam hizmet havayolları) ve Air Asia (düşük maliyetli havayolları) arasındaki marka memnuniyetindeki farklılıkları incelemişlerdir. Chen vd. (2014), havalimanlarında yeniliğin müşteri memnuniyeti ve müşteri değerine olan etkisini araştırmışlardır. Shanka (2012), havayolu hizmet kalitesi, yolcu memnuniyeti ve Etiyopya Havayolları’na bağlılık arasındaki ilişkiyi SERVQUAL modeli ile ölçmüşlerdir. Cunningham vd. (2002), ABD ve Koreli müşterilerin, havayolu hizmeti kalitesine yönelik algılarını, SERVPERF ve endüstriye dayalı önlemler ve havayolu tercihinde yer alan risk algılarını karşılaştırmışlardır.

Archana ve Subha (2012), yolcuların hava yolu taşımacılığındaki memnuniyeti üzerindeki hizmet kalitesi etkilerini incelemişlerdir. Namukasa (2013), havayolu hizmet kalitesinin yolcu memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini incelemiştir. Morash ve Ozment (1994), ABD iç hat yolcu havayolu sektöründe uçuş faaliyetleri, yer desteği gibi çevresel hizmetler ve hizmet sunum ortamı gibi temel hizmetlerden oluşan faktörler açısından hizmet kalitesini incelemişlerdir. Truitt ve Haynes (1994), Amerika Birleşik Devletleri’nde bölgesel havayolu sektöründe verimlilik ve kalite konularını ele almışlardır. Chou vd. (2011), hava yolu hizmet kalitesini değerlendirmek için bulanık ağırlıklı SERVQUAL modeli kullanarak Tayvan havayolunda bir durum çalışması gerçekleştirmişlerdir. Huang (2010), hava yolu yolcularının karar verme süreçlerini hizmet değeri, havayolu hizmet kalitesi, memnuniyeti, algılanan özveri ve davranışsal niyetleri göz önünde bulunduran kavramsal bir modeli test ederek incelemiştir.

### 3. Uygulama

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Dünyada ve ülkemizde hızla gelişen sektörlerin başında havacılık sektörü yer almaktadır. Havacılık endüstrisi dünyanın hemen her tarafında insanlığa hizmet etmekte ve dolayısıyla ekonomik sisteme de önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Havacılığın gelişimi teknolojiadaki ilerlemeyle doğru orantılı olup geliştirilen teknolojinin uygulamaya dönüştürülmesiyle her geçen gün ivme kazanmaktadır (Erkayman, 2013).

Bu çalışmada Türkiye’de havayolu ile yolcu taşımacılığında algılanan hizmet kalitesinin boyutları araştırılmıştır. Türkiye’de iç ve dış hatlarda seyahat eden yolcuların yerli hava yolu şirketlerinin vermiş oldukları hizmetlerden algıladıkları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve müşterilerin tekrar satın alma davranışına yansımaları

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	% Frekans	Medeni hal	Frekans	% Frekans
Kadın	176	44,3	Bekâr	168	42,0
Erkek	216	55,7	Evlî-Çocuksuz	103	25,8
Toplam	388	100	Evlî çocuklu	129	32,3
Yaş	Frekans	% Frekans	Toplam	Frekans	% Frekans
20 den az	45	11,3	Meslek	72	18,3
20-25	71	17,8	Öğrenci	140	35,5
25-30	65	16,3	İşçi	43	10,9
30-35	104	26,0	Serbest	53	13,5
35-40	62	15,5	Esnaf	19	4,8
40 dan çok	53	13,3	Ev hanımı	32	8,1
Toplam	400	100	Mühendis	20	5,1
Havayolu	Frekans	% Frekans	Emekli	15	3,8
THY	100	25,0	Toplam	394	100
PEGASUS	164	41,0	Seyahat sebebi	Frekans	% Frekans
ONURAIR	60	15,0	İş	117	29,3
ATLAS	52	13,0	Tatil	224	56,0
DİĞER	24	6,0	Diğer	59	14,8
Toplam	400	100	Total	400	100,0
Eğitim	Frekans	% Frekans	Meslek	Frekans	% Frekans
İlk orta	38	9,5	Öğrenci	72	18,3
Lise	111	27,8	Memur	140	35,5
Ön lisans-lisans	166	41,5	İşçi	43	10,9
Lisansüstü	85	21,3	Serbest	53	13,5
Toplam	400	100	Esnaf	19	4,8
Gelir sınıfı	Frekans	% Frekans	Ev hanımı	32	8,1
Çok düşük	77	21,8	Mühendis	20	5,1
Düşük	96	27,2	Emekli	15	3,8
Orta	81	22,9	Toplam	394	100
Yüksek	63	17,8	Seyahat yönü	Frekans	% Frekans
Çok yüksek	36	10,2	Yurt içi	298	74,5
Toplam	353	100,0	Yurt dışı	102	25,5
Uçuş Sınıfı	Frekans	% Frekans	Toplam	400	100
Ekonomi	312	78			
Business	88	22			
Toplam	400	100			

Ankete katılanların %44,3’ü kadın, %55,7’si erkek, %42 si bekâr, %58’i evlidir. Eğitim düzeyi olarak ön lisans ve lisans mezunları %41,5, %27,8’i ise lise mezunudur. Memurlar

belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca müşterilerin demografik özellikleri ve algıladıkları hizmet kalitesi ilişkisi ortaya konmuştur. Sözü edilen kalite algısı ve müşteri memnuniyetinin belirlenebilmesi için literatürdeki mevcut çalışmalardan (Korkmaz, 2013) elde edilen bir anket çalışması esas alınmıştır. Anketteki soruların 10 tanesi yolcunun demografik özelliklerini, 34 soru ise memnuniyet algısını ölçmeye yöneliktir. Anket çalışması Ankara ve İstanbul’daki havalimanlarından seyahat eden 406 yolcu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ancak eksik ve hatalı altı anket verisi araştırmadan çıkartılarak 400 ankette elde edilen verilerle analizler gerçekleştirilmiştir.

#### 3.2. Ankete Katılan Kişilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Tablo 2’de havayolu ile seyahat eden ve ankete katılan 400 kişinin demografik özellikleri özetlenmiştir.

ankete katılanların %35,5 gibi önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Katılımcıların %49’u düşük-çok düşük gelire sahipken, %60,1’i 25-40 yaş grubu kişiler

oluşturmaktadır. Ankete katılan yolcuların %45'i Pegasus'u tercih ederken, %78'i ekonomi sınıfını tercih etmiştir. Katılımcıların %74,5 gibi önemli bir kısmı yurt içi seyahat yapan kişilerden oluşmaktadır.

### 3.3. Anketin Yeterlilik Geçerlilik ve Güvenilirliği

Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) %5 anlam düzeyinde sonsuz bir kütleden seçilmesi gereken asgari örneklem hacminin 384 olması gerektiğini belirtmiştir. Araştırmamızda 400 birimlik bir örnek hacmi ile çalışılması sebebiyle örneklemin yeterli büyüklükte olduğu ifade edilebilir. Yapılan anketin iç tutarlılığı için Cronbach alfa katsayısı 0,854 olarak hesaplanmış olup anketin yeterince güvenilir olduğu anlaşılmıştır. Hotelling's T2 istatistiği ( $T_2 = 425,7$ ; olasılık=0,000) olarak hesaplanmış olup suru ortalamalarının eşit olmadığı anlaşılmıştır. Bu sonuca göre ankete katılan kişiler soruları aynı şekilde anlamamışlardır.

**Tablo 3.** Tanımlayıcı İstatistikler

Soru	N	Ortalama	Std. Sapma
Çalışanların Davranışları Güven Veriyor.	400	3,7125	1,67387
Çalışanlar Nazik Ve Güler Yüzlüdür.	400	2,4325	1,36935
Çalışanların İş Bilgisi Yeterlidir.	400	3,6075	1,27574
Çalışanların Yabancı Dil Seviyesi Yeterlidir.	400	2,5250	1,26228
Bekleme Salonları Yeterli Ve Konforludur.	400	2,8175	1,21980
Yemekler Lezzetli Ve Çeşitli Yeterlidir.	400	3,5125	1,02834
Uçuş Eğlence Programları Yeterlidir.	400	2,7500	1,20046
Uçuş Sırasında Gazete Ve Dergiler Yeterlidir.	400	3,5350	1,10536
Battaniye Yastık Hizmeti Yeterlidir.	400	3,0125	1,27334
Çağrı Merkezi Hizmetleri Memnuniyet Vericidir.	400	3,5825	1,06585
Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır.	400	3,0300	1,23812
Web Sitesi İçeriği Yeterlidir.	400	3,5375	1,08699
Online Check İn İşlemleri Kolaydır.	400	2,8975	1,28105
İhtiyaç Durumunda Uçağa Biniş Önceliği Sağlanır.	400	3,5700	1,09228
Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur.	400	3,3775	1,20358
Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindedir.	400	3,1275	1,21653
Uçuş Sırasında Yapılan Anonlar Yeterlidir.	400	3,3450	1,20815
Uçağın Kalkışı Varışı Zamanındadır.	400	2,9150	1,24162
Verdiğim Ücret Beklentilerimi Karşılar	400	3,9250	1,00094
Kabin İçi Temiz Konforludur.	400	2,7475	1,28564
Tuvaletler Temizdir.	400	3,5650	1,15504
Gecikme Ve İptallerin Oluş Sıklığı Azdır.	400	2,9125	1,27629
Uçuşlar Uygun Saatte Yapılır.	400	3,5250	1,16738
Uçuşlar Beklenen Sıklıktadır.	400	2,9975	1,29487
Aktarmasız Uçuşlar Yeterlidir.	400	3,5175	1,22615
Geciken Yolculara Yeterli Tolerans Gösterilir.	400	2,9025	1,32377
Yolculara Özel İlgi Gösterilir.	400	3,5900	1,20230
Çocuklu Ailelere Ve Yaşlılara Yardım Edilir.	400	2,8450	1,29428
Sorunlu Bagaj İşlemlerinde Yapılan İşlemler Yeterlidir.	400	3,6250	1,15876
Çalışanların Görünüşü Kurumsal İmaj Yansıtıyor.	400	2,8775	1,36827
Uçağın Dış Görünüşü İşletmemenin İmajını Yansıtıyor.	400	3,5925	1,21867
Genel Olarak Uçuştan Memnun Kaldım	400	2,7575	1,33910
Seyahatlerimde Tekrar Aynı Havayolu Şirketini Tercih Ederim	400	3,6325	1,09336

Ankete katılan kişiler en düşük puanı "Çalışanlar Nazik ve Güler Yüzlüdür" yargısına vermişlerdir. Havayolu ile seyahat edenlerin hava yolu çalışanlarının müşterilere

Ölçeğin toplana birlik özelliğine göre hazırlanıp hazırlanmadığını test etmek için Tukey'in nonadditivity testi yapılmış  $F = 217,1$  bulunmuş olup olasılığı= 0,000 olduğu görülmüştür. Buna göre ölçeğin toplanabilir özellikte olduğu anlaşılmıştır.

## 4. Bulgular ve Analizler

Araştırmaya katılan kişilerin havayolu hizmet kalitesi ile ilgili duygu ve düşünceleri istatistik tekniklerle analiz edilmiş ve sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.

### 4.1. Betimleyici İstatistikler

Yolcuların havayolu hizmet kalitesi ile ilgili görüş ve düşüncelerini ölçmek için 33 soru yöneltilmiş ve sorulara verilen puanların ortalama ve sapmaları Tablo 3'te verilmiştir.

yeterince nazik ve güler yüzlü davranmadıkları kanaatinde oldukları anlaşılmaktadır. Öte yandan aynı kişiler en yüksek puanı "Verdiğim Ücret Beklentilerimi Karşılar" yargısına

vermişlerdir. Şu halde müşteriler en çok ücret hizmet dengesinden memnun kalmaktadırlar. Yukarıdaki tablodan yolcular bunlar dışında çalışanların yabancı dil seviyesinden, kabin içi temizlik ve konfordan ve eğlence programlarından yeterince memnun olmadıklarını ifade etmektedirler. Yolcuların çalışanların davranışından, Bagaj işlemlerinden ve çalışanların iş bilgisinden de memnun oldukları anlaşılmaktadır.

#### 4.2. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez testine geçmeden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği araştırılmış tüm değişkenlerin normal dağılmadığı görülmüştür. Verileri çeşitli dönüşüm yöntemleri kullanarak normalleştirme de mümkün olmamıştır. Bu sebeple hipotezlere parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Çalışmada aşağıdaki hipotezler test edilmiştir. Ölçeğin toplanabilirlik özelliğine sahip olması sebebiyle tüm testler madde toplamları üzerinden yapılmıştır.

*H1: Cinsiyetin havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H2: Uçuş sınıfının havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H3: Uçuş yönünün havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H4: Yolcunun yaşının havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H5: Medeni durumun havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H6: Eğitim seviyesinin havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H7: Mesleğin havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H8: Gelir düzeyinin havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H9: Seyahat sebebinin havayolu memnuniyet algısı üzerinde etkisi vardır*

*H10: Yolcuların memnuniyet algısı havayolu şirketlerine göre farklılık göstermektedir.*

#### 4.3. Mann Whitney U Testi

Mann Whitney U testi iki grup arasındaki farkı araştırmak için kullanılan parametrik olmayan bir testtir. Bu kısımda ilk 3 hipotez Mann Whitney U testi ile araştırılmıştır.

**Tablo 4.** Mann Whitney U Testi

Hipotez		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Mann Whitney U	Olasılık
H1 Cinsiyet	Kadın	172	179,81	30927,50	16049,5	0,021*
	Erkek	216	206,20	44538,50		
H2 Uçuş sınıfı	Ekonomi	312	219,86	68597,50	7686,5	0,000***
	Business	88	131,85	11602,50		
H3 Uçuş yönü	Yurtiçi	298	216,85	64622,00	10325	0,000***
	Yurtdışı	102	152,73	15578,00		

\*, %5 ve \*\*\*, %0,1 anlam düzeyinde önemli

H1 hipotezi %5, H2 ve H3 hipotezi %0,1 anlam düzeyinde önemli bulunmuştur. Buna göre havayolu ile seyahat eden yolcuların cinsiyete, uçuş sınıfı ve uçuş yönüne göre farklı bir memnuniyet algısına sahip olduğu söylenebilir. Yapılan analizlere göre erkeklerin kadınlara göre, ekonomi sınıfında yolculuk yapanların “business” sınıfta yolculuk yapanlara göre, yurtiçi seyahat edenlerin yurtdışı seyahat edenlere göre daha yüksek bir memnuniyet algısına sahip olduğu saptanmıştır.

#### 4.4. Kruskal Wallis H testi

4-10. hipotezler grup sayısı 2’den fazla olduğu için varyans analizinin parametrik olmayan yaklaşımı olan Kruskal Wallis H istatistiği ile test edilmiştir. Sonuçlar Tablo 5’de özetlenmiştir.

Kruskal Wallis H testine göre meslek ve gelir sınıflarına göre havayolu yolcu memnuniyeti algısının farklı olduğu görülmüştür. Mesleklere göre hava yolu hizmetlerinden memnuniyeti en düşük grubun mühendisler, en yüksek grubun ev hanımları olduğu görülmüştür. Bu sonuç mesleki kariyerin yüksek olmasının beklentinin de yüksek olmasına

sebepten dolayı işaret etmektedir. Gelir düzeyleri için bakıldığında gelir seviyesi düşük olan grubun memnuniyet düzeyinin yüksek, gelir düzeyi yüksek olan grubun ise düşük memnuniyet algısına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Gelir seviyesi düşük iken insanlar aza kanaat getirirken, gelir arttıkça tatminsizlikler ve beklentiler de artmaktadır. Yaş, medeni hal, eğitim seviyesi, seyahat sebebi, havayolu firması faktörlerinin memnuniyet düzeyleri üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı anlaşılmıştır.

**Tablo 5.** Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Hipotez	Yaş sınıfı	N	Sıra ortalaması	Ki-kare	Serbestlik der.	Olasılık
H4 Yaş	20 den az	45	221,73	4,91	5	0,427
	20-25	71	210,71			
	25-30	65	192,89			
	30-35	104	185,23			
	35-40	62	196,09			
H5 Medeni hal	40 dan çok	53	213,25	1,044	2	0,593
	Bekâr	168	202,64			
	Evli-Çocuksuz	103	207,21			
H6 Eğitim	Evli çocuklu	129	192,36	5,936	3	0,115
	İlk orta	38	222,74			
	Lise	111	215,81			
	Ön lisans-lisans	166	194,58			
H7 Meslek	Lisansüstü	85	182,14	19,052	7	0,008**
	Öğrenci	72	223,79			
	Memur	140	179,34			
	İşçi	43	202,17			
	Serbest	53	191,54			
	Esnaf	19	199,26			
	Ev hanımı	32	238,06			
	Mühendis	20	138,30			
	Emekli	15	238,63			
H8 Gelir	Çok düşük	77	209,77	35,19	4	0,000***
	Düşük	96	207,52			
	Orta	81	151,23			
	Yüksek	63	130,74			
H9 Seyahat Sebebi	Çok yüksek	36	164,49	4,3	2	0,116
	İş	117	199,57			
	Tatil	224	193,57			
H10 Havayolu	Diğer	59	228,64	5,83	4	0,212
	THY	100	176,72			
	Pegasus	164	208,15			
	Onurair	60	204,96			
	Atlas	52	209,45			
	Diğer	24	216,75			

## 5. Sonuç ve Öneriler

Tüm sektörlerde olduğu gibi sivil havacılık sektöründe de artan küresel rekabet ve gelişen hizmet farklılaşması ve sunumu, havayolu işletmelerinin müşteri memnuniyetini geliştirebilmeleri için hizmet kalitesini önemli bir etken durumuna getirmiştir. Ülkemizde son yıllarda hızla artan havayolu yolcu sayısı ile birlikte pazara yeni şirketlerin girmesi ve mevcut şirketlerin gelişme politikaları yürütmesi beraberinde bu sektörde rekabetin artmasına ve yolcu profilinin değişmesine neden olmuştur. Havayolu bugün artık hemen tüm vatandaşlarımızın kullandığı bir seyahat aracı haline gelmiştir. Bunda hemen her ile açılan havaalanı ve uçak biletlerinin makul bir seviyeye gelmiş olmasının önemli bir etkisi vardır.

Çalışmamızda havayolu ile seyahat eden ve yerli havayolu şirketlerini tercih eden yolcuların aldıkları hizmetlerden memnuniyet durumları ölçülmeye çalışılmıştır. Ankete katılan kişiler en düşük puanı “Çalışanlar Nazik Ve Güler

Yüzlüdür” yargısına, en yüksek puanı ise “Verdiğim Ücret Beklentilerimi Karşılar” yargısına vermişlerdir. Bu durum müşterilerin çalışanlardan beklediği ilgiyi görmediklerine işaret etmektedir. Ancak verdikleri ücretin de karşılığını aldıklarını düşünmektedirler. Çalışmadaki sonuçlardan yola çıkarak, havayolu ile seyahat eden yolcuların cinsiyete, uçuş sınıfı ve uçuş yönüne göre farklı bir memnuniyet algısının olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin kadınlara göre, ekonomi sınıfında yolculuk yapanların Business sınıfta yolculuk yapanlara göre, Yurtiçi seyahat edenlerin yurtdışı seyahat edenlere göre daha yüksek bir memnuniyet algısına sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca yapılan çalışmada meslek ve gelir sınıflarına göre havayolu yolcu memnuniyetinin farklılık gösterdiği saptanmıştır. Mesleklere göre memnuniyeti en düşük grubun mühendisler, en yüksek grubun ev hanımların olduğu görülmüştür. Gelir durumu açısından genel olarak düşük gelire sahip müşterilerin yüksek, yüksek gelire sahip müşterilerin düşük bir memnuniyet algısına sahip oldukları belirlenmiştir.



Bu çalışmada hava yolu taşımacılığında müşteri memnuniyeti algısını ölçümü sadece yerli havayolu şirketleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın devamı olarak yerli şirketlerin yanı sıra yabancı şirketleri de araştırma kapsamına alarak karşılaştırmalı bir analiz yapılması faydalı olacaktır. Bu çalışma sadece İstanbul ve Ankara'daki hava alanlarından yolculuk yapan kişilerle yapılmıştır. Araştırmanın kapsamını diğer illerdeki hava alanlarını da içine alacak şekilde genişleterek daha genelleyici sonuçlara ulaşılması mümkün olacaktır.

## Kaynakça

- DHMI (2018). İstatistikler. (Erişim: 15.04.2018), <https://www.dhmi.gov.tr/sayfalar/istatistik.aspx>
- Ercayman, B. (2013). *Havayollarında uçuş aksaklıkları problemi için bir çözüm yaklaşımı ve uygulaması*. Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Gerede, E. (2015). Uluslararası havayolu taşımacılığında liberalleşme süreci. İçinde: Ender Gerede (Ed.), *Havayolu Taşımacılığı ve Ekonomik Düzenlemeler Teori ve Türkiye Uygulaması*, (s.1-46). Ankara: SGHM Yayını.
- Gürses, F. (2006). *Havayolu işletmeciliğinde müşteri tercihlerini etkileyen faktörler ve yerli yolculara yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi
- Huang, Y. K. (2010). The effect of airline service quality on passengers' behavioural intentions using SERVQUAL scores. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8, 2330-2343.
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.
- Jiang, H. (2013). Service quality of low-cost long-haul airlines–The case of Jetstar Airways and AirAsia X. *Journal of Air Transport Management*, 26, 20-24.
- Jiang, H., & Zhang, Y. (2016). An investigation of service quality, customer satisfaction and loyalty in China's airline market. *Journal of Air Transport Management*, 57, 80-88.
- Kasper, H., Helsdingen, P., & Gabbott, M. (1999). *Services marketing management: An international perspective*. England: Wiley Press.
- Kasvar, M., & Gambo, K. (2016). Service quality and customer satisfaction among domestic air passengers in Nigeria. *International Journal Of Business And Management Studies*, 8(2)2, 32-49
- Korkmaz, H. (2013). *Müşteri memnuniyetinde kano modeli: Türkiye'deki havayolu yolcuları örneği*. Yüksek Lisans Tezi: Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Korkmaz, H., Giritlioglu, İ., & Avcikurt, C. (2015). Havayolları iç hatlarda algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma davranışına etkisi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 248-265.
- Kuo, C. W., & Tang, M. L. (2013). Relationships among service quality, corporate image, customer satisfaction, and behavioral intention for the elderly in high speed rail services. *Journal of Advanced Transportation*, 47(5), 512-525.
- Küçükönel, H., & Korul, V. (2009). Havayolu işletmelerinde insan kaynakları yönetimi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 67-90.
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Lee, V. H., & Ooi, K. B. (2015). An SEM-artificial-neural-network analysis of the relationships between SERVPERF, customer satisfaction and loyalty among low-cost and full-service airline, *Expert Systems with Applications*, 42(19), 6620-6634.
- Morash, E. A., & Ozment, J. (1994). Toward management of transportation service quality. *Logistics and Transportation Review*, 30(2), 115.
- Namukasa, J. (2013). The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty: The case of Uganda airline industry. *The TQM Journal*, 25(5), 520-532.
- Okumuş, A., & Asil, H. (2007). Havayolu taşımacılığında yerli ve yabancı yolcuların memnuniyet düzeylerine göre beklentilerinin incelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 152-175.
- Park, J. W. (2007). Passenger perception of service quality: Korean and Australian case studies. *Journal of Air Transport Management*, 3, 238-242.
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Zimmermann, L. (2011). Customer satisfaction with commercial airlines: The role of perceived safety and purpose of travel. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 459-472
- Shanka, M. S. (2012). Measuring service quality in Ethiopian airlines. *Journal of Educational And Social Research*, 2(9), 173-180.
- Suhartanto, D., & Noor, A. A. (2012). Customer satisfaction in the airline industry: The role of service quality and price. Asia Tourism Forum Conference.
- Truitt, L. J., & Haynes, R. (1994). Evaluating service quality and productivity in the regional airline industry. *Transportation Journal*, 21-32.
- TUIK (2018). Ulaştırma İstatistikleri. (Erişim: 15.04.2018), [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1051](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1051)
- Tuncer, B., & Gavcar, E. (2014). Havalimanı terminal hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 183-211
- Wong, K. M., & Musa, G. (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.

- Wu, H. C., & Cheng, C. C. (2013). A hierarchical model of service quality in the airline industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 13-22.
- Yayar, R., & Tekin, B. (2015). Türkiye'de ulaşım sektörünün gelişimi ve havayolu firma tercihinin belirleyicileri: İzmir ilinde bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 15(4), 539-550
- Yaylalı, M., & Dilek, Ö. (2009). Erzurum'da yolcuların havayolu ulaşım tercihlerini etkileyen faktörlerin tespiti. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 26(1), 1-21.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, O., & Erdil, S. (2013). Türkiye havayolu yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesinin karşılaştırmalı ölçülmesi. *Öneri Dergisi*, 10(39), 89-100.