



Nuray Selma Özdiçiner
Seher Ceylan

Pamukkale University, Pamukkale-Turkey
nselma@pau.edu.tr; ceylans@pau.edu.tr

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2017.12.2.3C0158>

ŞEHİRLERARASI YOLCU TAŞIMACILIĞINDA HİZMET KALİTESİ VE BİR UYGULAMA

ÖZ

Şehirlerarası yolcu taşımacılığı, yarattığı istihdam ve ekonomiye olan katkısı ile ülkemizin en önemli sektörlerinden biridir. Sektörün gelişmesi ve kendini yenilemesinde hizmet kalitesinin önemli bir yeri vardır. Bu araştırmada, çeşitli demografik kriterlerin hizmet kalitesi algısında yarattığı farklılık araştırılmıştır. Şehirlerarası bir seyahat işletmesine ait çeşitli hatlarda uygulanan anketle, veriler elde edilmiştir. Veriler SPSS istatistik programında T testi, Anova ve Scheffe analizi ile test edilmiştir. Araştırma sonucunda, demografik kriterlerin (cinsiyet, eğitim, yaş, gelir, önceki deneyim), hizmet kalite algısı üzerinde önemli farklılıklar yarattığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ulaşım, Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığı, Hizmet Kalitesi, Turizm, Anova

SERVICE QUALITY IN INTERCITY PASSENGER TRANSPORT AND AN APPLICATION

ABSTRACT

Intercity passenger transportation which has created employment and contributing to the economy is one of the most important sectors of our country. Service quality is an important to develop and self renewal of the sector. In this study differences created by variety of demographic criteria on perception of service quality was investigated. Data is obtained surveys which have implemented in various lines at intercity travel business. The data was tested in SPSS statistic program with T test, Anova and Scheffe analysis. In the end of study, important differences on the perception of service quality have been found according to demographic variables (gender, age, education, income, previous experience).

Keywords: Transportation, Intercity Passenger Transport, Service Quality, Tourism, Anova

How To Cite:

Özdiçiner, N.S. ve Ceylan, S., (2017). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesi ve Bir Uygulama, *Social Sciences (NWSASOS)*, 12 (2):63-77, DOI: 10.12739/NWSA.2017.12.2.3C0158.



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Dünyada öne çıkan güvenli, dakik, kısa süreli ve daha konforlu ulaşım talepleri son yıllarda ulaştırmanın gelişimini hızlandırmıştır. Ulaşım sektörü, Türkiye Gayri Safi Milli Hasılası açısından, 2000 yılına kadar tarım, sanayi ve ticarettten sonra dördüncü sıradayken, daha sonra tarımın önüne geçerek üçüncü sıraya yükselmiştir. Ulaşım sektörünün GSMH'ya yaptığı katkı, sürekli bir artış göstermiştir. Bu pay ile sanayi (%25.4) ve ticaret (%20.3) sektörlerinin hemen ardından gelmektedir (DPT, 2004). Ayrıca, 1950 yılından itibaren karayolu taşımacılığı talebinde yıllık artış %7.6 iken, demiryollarında %2 ve denizyollarında %5'in üstünde olmuştur. Hava taşımacılığı ise %16'nın altında bir gelişme seyri izlemiştir (Ülgen, Guerin-Sarısoy ve Tekçe, y.y.). Türkiye'nin 2014-2018 yıllarını kapsayan 10. Kalkınma planında ülkemizdeki şehirlerarası yolcu taşımalarının yaklaşık yüzde 90,5'i, yük taşımalarının ise yaklaşık yüzde 87.4'ü karayoluyla gerçekleşmekte olduğu ve taşımaların ulaştırma türleri arasında dengeli bir şekilde paylaşılması ihtiyacının devam ettiği raporlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013).

2011 yılı itibariyle 31935 firma, 52707 otobüs ile şehirlerarası yolculara hizmet vermektedir (T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2011). Aynı raporda ayrıca, Karayolu yolcu taşımacılığında piyasanın kendi içerisinde ve diğer taşımacılık türlerinden gelen rekabet baskısı sonucu hizmet kalitesinin de daha önceki dönemlere göre yükseldiği de belirtilmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013). Kalitenin kavram olarak ortaya çıkışı 19. yüzyıla rastlamaktadır. Kalitenin ortaya çıkışından itibaren tüketici arzu ve ihtiyaçlarında meydana gelen gelişmeler ve küresel Pazar koşulları kaliteyi ürün boyutundan yönetim boyutuna çekmiştir. Böylece kalite, günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmiştir (Özdipçiner, 1999; Doğan, 2000). Literatürde pek çok kalite tanımı mevcuttur. Bu tanımlar incelendiğinde, kalitenin göreceli bir kavram olduğu ortaya çıkmaktadır. Kişiye göre, kullanım amacına göre, kalite kavramının ifade ettiği anlam, değişiklikler göstermektedir (Kobu, 1989). Porter'da kalite konusuna vurgu yapmış ve işletmelerin rekabet avantajları sağlaması için daha kaliteli üretim yapıp, verimliliklerini artırmalarının önemli olduğunu ifade etmiştir (www.dpt.gov.tr).

Porter'a göre rekabet avantajlarını ülkeler değil, firmalar yaratır. Bu nedenle işletmelerin rekabetçi stratejileri önemlidir (Erkan, 1995). Seyahat davranışları, araç türü, seyahat sıklığı, gidiş mesafesi, yolculuk süresi ve fiyat gibi, ulaşım firmalarının rekabetini etkileyebilecek pek çok faktör vardır (Doğan vd., 2006). Ayrıca insan unsuru hizmet üretiminde bir hammadde girdisi olarak kabul edilirse, insan ilişkileri, iletişim, güler yüzlülük, eğitim düzeyi, uzmanlık gibi faktörler de hizmet kalitesini belirlemede rol oynar (Çelik, 2012). Yolcuların herhangi bir ürün gibi taşınabilmesi mümkün olmadığından, yolcu taşımacılığı dikkat ve hassasiyet isteyen bir alandır. Yolculuk esnasında tüm yolcuların konfor ve ihtiyaçları dikkate alınmalıdır. Bu durum, hizmet kalitesinin sadece sunumunda değil, tasarımda da göz önüne alınması gerektiğini ortaya koyar. Bunun farkına varan seyahat işletmeleri son dönemde, tek başına seyahat etmek isteyen yolcular için daha geniş, daha fonksiyonel tekli koltuklar ile daha rahat bir seyahat imkanı sunmaktadırlar. Havayolu firmalarının "business" ve "first class" yolcuları için sağladıkları farklılıklar, artık otobüs firmalarında da yavaş yavaş uygulama alanı bulmaktadır. Bu sektörün bir tarafına taşıma firmalarını ve terminal işletmelerini, diğer tarafına da otobüs sanayi, dinlenme tesisleri, sigorta, ikram gibi tamamlayıcı unsurları koyduğunuzda çok geniş



yelpazede etki alanı olan bir endüstri ortaya çıkmaktadır (Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009). O halde kalitenin sadece otobüs firmalarında sağlanması da yeterli değildir. Bunun tamamlayıcısı olan işletmelerin sunduğu hizmet kalitesi de büyük önem arz eder. Endüstrinin bir bütün olarak değerlendirilmesi daha uygun olacaktır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Ulaşımın bir dalı olan şehirlerarası yolcu taşımacılığı, binlerce çalışanı ve yarattığı milyar dolarlık katma değer ile önemli bir ekonomik büyüklüğe sahiptir. Ayrıca istihdam açısından da ülkemizin en önemli sektörleri arasında yer almaktadır (Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009). Değişen dünya koşullarının ekonomik boyutunun özünde teknolojik gelişme, verimlilik ve rekabet yer almaktadır. Son dönemin rekabet sisteminde, fiyattan çok, kalite rekabeti, ürün çeşitlendirilmesi, modern tasarım ve görüntü, önem kazanmıştır (Doğan vd., 2006). Ülkelerin özel şartları, kültürel değerleri ve seyahat özellikleri, taşıma hizmet kalitesindeki farklılıklar, ulaşım araçlarının tercihini belirleyen önemli faktörler arasında yer almaktadır (Nijkamp ve Pepping, 1998). Tüketicilerin hizmet kalite algısındaki farklılıkları belirlemek ve gerekli önlemleri almak için yolcu taşıma firmaları, sürekli olarak hizmet kalitesine ilişkin araştırma yapmalıdırlar. Çünkü yoğun rekabet içindeki bu işletmelerin piyasada kalıcı olmalarının başka bir yolu yoktur. İşte bu nedenle bir otobüs firmasının izni ile yolcularının hizmet kalite algısındaki farklılıklar araştırılmış ve elde edilen sonuçlara göre firmanın kalite ile ilgili nelere dikkat etmesi gerektiğine ilişkin ipuçları sunulmuştur.

3. LİTERATÜR (LITERATURE)

Parasuraman, Zeithaml, ve Berry (1994), uzunca bir süre hizmet kalitesi üzerinde çalıştıktan sonra SERVQUAL adını verdikleri ölçeği, fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati olmak üzere beş boyuta indirgemişlerdir. Bunun ardından Servperf, Grönroos ve Gap modeli gibi pek çok ölçek ortaya çıkmıştır. Hizmet kalitesine ilişkin literatürdeki araştırmalar genellikle bu ölçekler üzerinden yapılmıştır. Son dönemde en çok kullanılan ise beklenen ve gerçekleşen algıya dayalı GAP modelidir. Memnuniyet ve hizmet kalitesi birbirini destekleyen konular olması nedeni ile bazen karışmaktadır. Farklı bakış açıları olmasına rağmen genelde algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetine (Price vd., 1995; Yu vd., 2005), müşteri memnuniyeti ise sadık müşteriler yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Memnun ve sadık müşteriler ise yüksek fiyata daha az duyarlı olmaları (Heskett vd., 1994), olumlu iletişimde bulunmaları, olumsuzlukları görmezden gelmeleri (Başanbaş, 2013) ve işletmeyi her zaman desteklemeleri nedeniyle önemsenmektedir. Yolcu taşımacılığı söz konusu olduğunda hizmet kalitesine ilişkin araştırmalar, hava, kara, deniz ve demiryolu ile ulaşım olmak üzere dört bölüm olarak düşünülebilir;

Literatürde denizyollarının hizmet kalitesine ilişkin çok az araştırma (Chen vd., 2009; Miremadi vd., 2011; Othelius ve Wemmert, 2014) varken, demiryollarına (Baysal ve Engin, 2004; Sarı vd., 2011) ve özellikle hava yollarına ilişkin (Aksoy vd., 2003; Barros vd., 2007; Okumuş ve Asil, 2007; Chen, 2008; Çelikkol vd., 2012; Pekkaya ve Akıllı, 2013, Yıldız ve Erdil, 2013) daha fazla araştırma bulunmaktadır. Ülkemizde özellikle insanların gelir yapısına, alışkanlıklarına, mevcut imkânlarla bağlı olarak, yurt içi yolcu taşımacılığında çok büyük oranda karayolu kullanılmaktadır. Bu yüzden de taşımacılık sektörünün karayolu ağırlıklı yapısı artarak devam



etmektedir (Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009). Bu durum literatürde de kendini göstermiş, akademisyenlerin büyük bir kısmı karayollarında faaliyet gösteren işletmelerin hizmet kalitesine yönelik çalışmalar yapmışlardır. Karayollarında yapılan araştırmaların bir kısmı, şehir içi ulaşımında hizmet kalitesine yönelirken (Keskin, 1998; Doğru, 1998; Keskin ve Karaman, 2002; Çatı, 2003), bir kısmı da şehirlerarası ulaşımın hizmet kalitesine yöneliktir (Tan ve Bektaş, 2002; Bardakçı ve Haşiloğlu, 2008; Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009). Bu araştırmaların bir kısmı da tüketici beklentisi ve şikâyetler üzerinedir (Friman ve Edvardsson 2003; Altan ve Engin, 2004; Edvardsson, 1998; Disney, 1998; Keskin, 1998).

Keskin (1998) yaptığı çalışmada, belediye toplu taşımacılık hizmetlerinden faydalanan Atatürk Üniversitesi öğrencilerinin, hizmetle ilgili beklenti ve şikâyetlerini araştırarak, hizmetin kalitesini ölçmeye çalışırken, Doğru (1998) hizmet kalite ölçüm yöntemlerini kent içi ulaşımında uygulamaya yönelik bir araştırma yapmıştır. Keskin ve Karaman (2002) ise toplu taşıma hizmetlerinde çalışanların daha kaliteli hizmet sunabilmelerine yönelik iş tatminini araştırmışlardır. Çatı (2003) yaptığı araştırmada, şehir içi ulaşımında öğrencilerin hizmet kalite algısını ölçmek için Servperf modelini kullanmış, araçlara fazla yolcu alınması ile personel davranışlarına ilişkin olumsuzlukların giderilerek hizmet kalitesinin yükseltilebileceğini tespit etmiştir.

Tan ve Bektaş (2002), araştırmalarında şehirlerarası ulaşım hizmeti sunan firmaların mevcut durumunu saptayarak, sorunlarını belirlemişlerdir. Duman, Ayduğa ve Koçak (2007) tarafından Mersin'de yolcuların karayolu ulaştırma hizmetlerine yönelik algılarını servqual yöntemi ile ölçtüğü araştırmada, karayolu hizmet kalitesi algısını yazıhane-servis-terminal hizmetleri, seyahat süresinde alınan hizmetler ve mola yeri hizmetleri olmak üzere üç temel boyut belirlenmiştir. Ayrıca, hizmet kalitesinin müşteri sadakatinin en güçlü belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir. Lin vd., (2008) Taiwan'da şehirlerarası yolculuk yapan bir firmanın yolcularının hizmet kalitesi algısını "gap" analizi ile araştırmışlardır. Çalışmanın sonucu, gerçekleşen hizmet kalitesinin, beklenenden daha düşük olduğunu göstermiştir. Bardakçı ve Haşiloğlu (2008) ise, Tan ve Bektaş (2002)'in çalışma sonuçlarını Pamukkale Üniversitesi Honaz MYO öğrencilerinden elde ettikleri sonuçlarla karşılaştırmışlar ve firmaların iyileştirmesi gereken birçok nokta olduğunu vurgulamışlardır. Sürücü ve diğer görevlilerin davranışları ve kişisel temizlikleri ise öğrencilerin firma seçimindeki en önemli faktör olarak tespit edilmiştir.

Çelik (2009), otobüs firmalarının hizmet ortamı özelliklerinin, hizmet kalitesi algılamalarını nasıl etkilediğini araştırmıştır. Fonksiyonel kalitenin, hizmet ortamının iklimi, tasarımı ve sosyal yapısından etkilendiğini ortaya koymuştur. Doğan, Akan ve Oktay (2006), üniversite öğrencilerinin şehirlerarası ulaşım talebini inceledikleri araştırmalarında, tercih önceliklerinin saptanmasını amaçlamışlardır. Ardıç ve Sadaklıoğlu' nun (2009) araştırmaları ise, şehirlerarası otobüs işletmelerinin farklı hedef gruplara göre hizmet kalite düzeylerini ortaya koymaya yöneliktir. Alnıaçık ve Özbek'in (2009) Kocaeli'de, bir otobüs firmasının yolcu taşıma kalitesini servqual ile ölçtüğü araştırmada, öğrencilerin hizmet kalitesine ilişkin algılamaları ile beklentileri arasında olumsuz yönde fark bulunmuştur. Vanniarajan ve Alleswari (2010) tarafından otobüs yolcuları üzerinde yapılan diğer bir araştırmada da hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, tekrar tercih ve tavsiye niyetinin önemli belirleyicisi olduğu saptanmıştır. Yılmaz (2012), Nevşehir'deki



araştırmasında öğrencilerin, otobüs firmalarına ilişkin hizmet kalitesi algılamalarının altı faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlemiştir. Bu faktörler; "yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeline ilişkin hususlar", "otobüslere ve yolculuk esnasında sunulan hizmetlere ilişkin hususlar", "güvenilirlik ile ilgili hususlar", "şehir içi servis araçları ve görevlilerine ilişkin hususlar", "mola ile ilgili hususlar" ve "yer ayırma, bilet satın alma ve bagajlara ilişkin hususlar" olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin memnuniyetleri de faktörlere ilişkin algıları da düşük düzeyde tespit edilmiştir. Hizmet kalitesine etki eden unsurların belirlenmesi açısından şikâyet ve memnuniyet konusu literatürde önemsenmiş ve bunlar üzerine de pek çok araştırma yapılmıştır; Altan ve Engin (2004), şehirlerarası hizmet veren seyahat işletmelerinde, ağırlama, bakım, temizlik, konuğa saygı, kaptanın ve host/hosteslerin tutumu, rezervasyon ve bilet satış hizmetleri, ikram ve servis konularında yolcuların memnuniyetlerini belirlemeye çalışmışlardır.

Edvardsson (1998)'da, taşıma hizmetlerinde kalite ve müşteri şikâyetlerini araştırmış, sürücü ve diğer personelin davranışları, dakiklik, araçla ilgili teknik konular, aracın konforu ve durakların durumuna ilişkin şikâyetleri belirlemiştir. Disney (1998) yolcuların rahat bir ulaşım hizmeti almaları için, sürücülerden beklentilerini araştırmıştır. Friman ve Edvardsson (2003) hizmet kalitesi ile şikâyet ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda algılanan hizmet kalitesi üzerinde personel davranışları, güvenilirlik, sadelik ve tasarımın etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Shiralashetti ve Hugar (2008), kamuya ait bir yolcu taşıma firmasına yönelik araştırmalarında, tüketicilerin kendilerine sunulan hizmetlerin büyük çoğunluğundan memnun olmadıklarını tespit etmişlerdir. Gautam (2010), Hindistan'ın bir bölgesinde kamuya ait otobüs firmaları ile özel firmaları kıyaslamış, yolcuların özel sektör firmalarının hizmetlerinden daha çok memnun kaldıklarını tespit etmiştir.

4. YÖNTEM (METHOD)

Toplanan verilerin istatistiksel analizinde SPSS 16.0 paket programı kullanılmıştır. Yolcuların demografik değişkenlerinin hizmet kalite algısı üzerinde farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Önemlilik düzeyinin belirlenmesi için, ikili gruplarda "t testi", üç veya daha fazla gruplarda ise "tek yönlü varyans analizi (F testi)" uygulanmıştır. Uygulanan varyans analizinde sonucun anlamlı çıkması durumunda, hangi gruplar arasında farkın önemli olduğunu belirlemek için "Scheffe testi" kullanılmıştır. Anlamlılık düzeyi olarak en düşük 0.05 alınmıştır. Anlamlı sonuç bulunmayan değişkenler, sunulmamıştır.

4.1. Evren ve Örneklem (Population and Sampling)

Şehirlerarası yolcu taşımacılığı yapan firmanın toplamda ne kadar yolcu taşıdığına ilişkin istatistiksel bir bilgisi bulunmadığından dolayı ana kütle belirlenememiştir. Ancak bu rakamın 1 milyon üzerinde olduğu tahminlenerek %5 örneklem hatası ile örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004; Ural ve Kılıç, 2005). Seyahat işletmesinin tüm hatlarına eşit miktarda anket verilmiştir. Daha önceki araştırma deneyimlerine dayalı olarak elde edilecek anketlerde eksik veri ya da uç değer olabileceği düşüncesi ile örneklem büyüklüğüne ulaşabilmek için 500 adet anket dağıtılması uygun görülmüştür. Uygulama sonucunda, anketler daha veri analizine hazırlanırken bir kısmı özensiz doldurulmuş olması ve çok sayıda veri eksiği nedeni ile iptal edilmiş, bir kısmı da veri



girişinden sonra uç değer analizi sonucu araştırmadan çıkarılmıştır. Anketlerden 360 adedi analize uygun bulunmuştur.

4.2. Veri Toplama Aracı (Data Collection Tool)

Hizmet kalitesini ölçmeye yönelik tasarlanan ölçüm aracının geliştirilmesinde daha önce yapılmış çalışmalardan ve literatür taramasından yararlanılmıştır. Geliştirilen anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm demografik bilgiler, ikinci bölüm ise, hizmet kalitesini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Hizmet kalitesini ölçmek üzere hazırlanan ifadeler verilerin yanıtı "kesinlikle katılıyorum" ve "kesinlikle katılmıyorum" arasında beşli skelayı içeren bir derecelendirme ölçeğine dayalıdır. Verilen yanıtlar ifadelerin olumlu ya da olumsuz olma durumuna göre 1-5 veya 5-1 şeklinde değerlendirilmiştir. Hazırlanan anket formları tüm hatlara dağıtılarak host ve hosteslerin yardımı ile yolculuk süresince gönüllü olan müşteriler tarafından doldurularak seyahat sonunda teslim alınmıştır.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSION)

Bu araştırmada, şehirlerarası hizmet veren bir ulaşım işletmesinin yolcularının hizmet kalite algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle sonuçların diğer ulaşım işletmeleri için genelleştirilebilmesi mümkün değildir. Analizlerin tek bir firmayı içermesi, araştırmanın en önemli kısıtıdır.

Tablo 1. Yolcuların karakteristikler
(Table 1. Characteristics of the passengers)

Açıklama	Demografik karakteristikler	Sayı	%
Yaş	18 yaş ve altı	30	8.3
	19-35	222	61.7
	36-54	84	23.3
	55 yaş ve üstü	24	6.7
Cinsiyet	Kadın	162	45
	Erkek	198	55
Gelir Durumu	500 TL ve daha az	72	20.8
	501-999 TL	117	33.8
	1000-1999 TL	118	34.1
	2000 TL ve üzeri	39	11.3
Öğrenim Durumu	İlkokul	28	7.8
	Ortaokul	35	9.7
	Lise	93	25.8
	Ön lisans	50	13.9
	Lisans	124	34.4
	Lisansüstü	30	8.3

Araştırma öncesi 50 kişi üzerinde bir ön deneme yapılarak soruların geçerlik ve güvenilirlikleri araştırılmıştır. Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 3.897'dir. Ortalamaların değişim aralığı (3.009-4.364=) 1.355 olarak bulunmuştur. Soru bütün (item-total) korelasyonuna bakıldığında 0.024 ile 0.633 arasında değiştiği görülmüştür. Soru ile bütün korelasyonları arasındaki korelasyon katsayısı 0,25 değerinden daha küçük olan (13, 14, 15, 16, 20, 29, 30, 31 ve 38) sorular ölçekten çıkarılmıştır. Literatürde ölçeğin toplanabilirlik özelliğinin bozulmaması için soru ile bütün arasındaki korelasyon katsayılarının negatif olmaması ve 0.25 değerinden büyük olması gerektiği belirtilmektedir (Kalaycı, 2005). 28. soru ise korelasyon katsayısı 0.25'ten düşük olmasına rağmen önemli olduğu düşünülerek, ölçekte bırakılmıştır. Sonuçta 32 maddelik nihai bir

ölçek elde edilmiştir. Ölçekten 9 soru çıkarıldıktan sonra güvenilirlik katsayısı 0.879'dan 0.924'e yükselmiştir. Bu sonuç, elde edilen verilerin oldukça güvenilir olduğuna ve anket formunun iç uyumunun kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğuna işaret etmektedir (Muijs, 2004; Nunnally, ve Bernstein, 1994). Soru ortalamalarının testi sonucunda ortalamaların farklı olduğu görülmüştür. (Hotelling $T^2=942.981$, $F=26.757$, $p=0.000$). Ölçeğin kapsam geçerliği için ise uzman görüşlerine başvurulmuştur. Yolcuların %8.3'ü 18 yaş ve daha altında, %61.7'si 19-35 yaş aralığında, %23.3'ü 36-54 yaş arası ve %6.7'si ise 55 yaş ve üzerindedir. Yolcuların %45'i kadın, %55'i erkektir. Aylık gelir dağılımları; %20.8'i 500 TL ve daha az kazanmakta, %33.8'i 501-999 TL kazanmakta, %34.1'i ise 1000-1999 TL aralığında bir gelire sahipken %11.3'ü 2000 TL ve daha fazla bir gelire sahiptir. Yolcuların öğrenim durumlarına ilişkin dağılım ise şöyledir; %7.8'i ilkokul, %9.7'si ortaokul, %25.8'i lise, %13.9'u ön lisans, %34.4'ü lisans ve %8.3'ü ise yüksek lisans mezunudur. Yolcuların büyük bir kısmı (%94.1) daha önce aynı firmadan hizmet satın almışlardır. Sadece %5.9'u bu firma ile ilk defa yolculuk yapmaktadır.

Tablo 2. Cinsiyet ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki (T testi)
(Table 2. The relationship between gender and service quality)

Hizmet kalitesi	Cinsiyet	X	t	p
İfade 18: Mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanları temizdir.	1	3.59	2.58	0.010**
	2	3.87		
İfade 21: Otobüslerin içi temizdir.	1	4.25	2.53	0.011**
	2	4.45		
İfade 43: Yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum.	1	3.97	2.07	0.037*
	2	4.15		

**P<0,01

*P<0,05

df:358

1) Kadın 2) Erkek

Cinsiyet ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiye bakıldığında, üç ifade de erkekler ile kadınlar arasında anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. "Mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanları temizdir" ifadesinde kadınlarla erkekler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Erkekler kadınlara oranla, mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanlarının daha temiz olduğunu düşünmektedirler ($t=2.58$, $p<0.010$). "Otobüslerin içi temizdir" ifadesinde erkekler ile kadınlar arasında anlamlı farklılığa rastlanmış, erkeklerin kadınlara göre, otobüslerin içini daha temiz buldukları belirlenmiştir ($t=2.53$, $p<0.011$). "Yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduklarını düşünüyorum" ifadesinde de erkekler ile kadınlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Erkekler, kadınlara oranla bu ifadeye daha fazla katılmaktadır ($t=2.07$, $p<0.037$). Eğitim durumu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiler incelendiğinde, anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. "Şikâyetler dikkate alınmaktadır" ifadesine katılımında, ortaokul mezunu olanlarla lisans mezunu olanlar arasındaki fark anlamlıdır ($F=3.052$, $p<0.010$). Ortaokul mezunu olanlar, lisans mezunu olanlara göre şikâyetlerin daha çok dikkate alındığını düşünmektedirler. "Şoförler yolcuların güvenli bir şekilde yolculuk etmesini sağlamaktadır" ifadesine katılımında, ortaokul mezunu olanlarla lisans mezunu olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F=3.291$, $p<0.006$).

Tablo 3. Eğitim ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki (One-Way ANOVA)
(Table 3. The relationship between education and service quality)

Hizmet kalitesi	Öğrenim Durumu	X	F	p	Scheffe
İfade 7: Şikâyetler dikkate alınmaktadır.	1	4.18	3.052	0.010**	
	2	4.23			
	3	3.98			
	4	3.73			
	5	3.66			
Toplam tatmin	6	3.77			
İfade 8: Şoförler yolcuların güvenli bir şekilde yolculuk etmesini sağlamaktadır	1	4.61	3.291	0.006**	
	2	4.63			
	3	4.28			
	4	4.22			
	5	4.21			
Toplam tatmin	6	4.33			
İfade 11: Yolculuk esnasında kendimi arabamda gibi hissediyorum	1	4.11	2.446	0.034*	
	2	3.77			
	3	3.82			
	4	3.54			
	5	3.39			
Toplam tatmin	6	3.57			
İfade 24: Şehir içi servis hizmetleri konforludur	1	3.79	2.726	0.020*	
	2	3.91			
	3	3.99			
	4	3.42			
	5	3.55			
Toplam tatmin	6	3.70			
İfade 25: Şehir içi servis hizmetleri sıklıkla hareket etmektedir	1	3.46	2.353	0.040*	
	2	3.94			
	3	3.72			
	4	3.22			
	5	3.52			
Toplam tatmin	6	3.47			
İfade 26: Şehir içi servis hizmetleri zamanında hareket etmektedir.	1	3.82	3.414	0.005**	3-5
	2	3.74			
	3	4.04			
	4	3.50			
	5	3.46			
Toplam tatmin	6	3.90			
İfade 28: Alternatif firmalara göre genel olarak firmanın yolculuk maliyeti yüksektir.	1	3.43	2.449	0.034*	
	2	3.41			
	3	3.09			
	4	2.78			
	5	2.83			
Toplam tatmin	6	3.13			
İfade 33: Hata yapma ihtimallerinin olmadığını düşünüyorum	1	3.89	6.819	0.000**	5-1, 5-3
	2	3.60			
	3	3.63			
	4	3.40			
	5	2.90			
Toplam tatmin	6	3.47			

**P<0,01 *P<0,05 df:5

1)İlkokul 2)Ortaokul 3)Lise 4)Ön Lisans 5)Lisans 6)Lisansüstü



Ortaokul mezunu olanlar, lisans mezunu olanlara göre, bu ifadeye daha fazla katılmaktadır. "Yolculuk esnasında kendimi arabamda gibi hissediyorum" ifadesinde öğrenim durumu açısından fark, istatistikî olarak anlamlı bulunmuştur (F=2.446, p<0.034). Bu ifade ilkököl mezunu olanların lehine anlamlıdır. "Şehir içi servis hizmetleri konforludur" ifadesi ise, lise mezunları lehine anlamlıdır (F=2.726, p<0.020). Lise mezunları, şehir içi servis hizmetlerini, önlisans mezunlarına göre daha konforlu bulmaktadır. Şehir içi servis hizmetleri sıklıkla hareket etmektedir" ifadesini ortaokul mezunları önlisans mezunlarına göre daha olumlu değerlendirmektedirler (F=2.353, p<0.040). "Şehir içi servis hizmetleri zamanında hareket etmektedir" ifadesini lise mezunu olanlar lisans mezunu olanlara oranla daha olumlu değerlendirmektedir (F=3.414, p<0.005). "Alternatif firmalara göre genel olarak firmanın yolculuk maliyeti yüksektir" ifadesine katılımla öğrenim durumları arasındaki fark anlamlıdır (F=2.449, p<0.034). İlkököl mezunu olanlar, önlisans mezunu olanlara göre firmanın yolculuk maliyetini daha yüksek bulmaktadırlar. Hata yapma ihtimallerinin olmadığını düşünüyorum ifadesine katılımla öğrenim durumları arasındaki fark anlamlıdır (F=6.819, p<0.000).

Tablo 4. Yaş ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki (One-Way ANOVA)
(Table 4. The relationship between age and service quality)

Hizmet kalitesi	Yaş	Mean	F	Sig.	Scheffe
İfade 6: Çalışanlar yolculuk sırasındaki sorunlarla yakından ilgilenmektedir.	1	4.00	3.343	0.019*	
	2	3.99			
	3	4.30			
	4	4.33			
İfade 7: Şikâyetler dikkate alınmaktadır	1	3.77	2.695	0.046*	
	2	3.76			
	3	4.12			
	4	3.92			
İfade 10: Yolculuk esnasında sunulan yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği fazladır.	1	3.90	2.843	0.038*	2-4
	2	4.11			
	3	4.04			
	4	3.50			
İfade 11: Yolculuk esnasında kendimi arabamda gibi hissediyorum.	1	3.40	3.071	0.028*	
	2	3.52			
	3	3.95			
	4	3.79			
İfade 18: Mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanları temizdir	1	3.57	3.842	0.010**	4-2, 4-3
	2	3.77			
	3	3.89			
	4	3.13			
İfade 32: Firmanın verdiği sözlere güvenebileceğimi düşünüyorum	1	3.93	5.082	0.002**	2-4
	2	3.82			
	3	4.12			
	4	4.46			
İfade 42: Firmanın faaliyetlerini başarıyla yönetmek için gerekli kaynaklara sahip olduğunu düşünüyorum	1	3.60	3.365	0.019*	
	2	3.86			
	3	4.10			
	4	4.13			
İfade 43: Yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum	1	4.17	2.878	0.036*	
	2	3.97			
	3	4.20			
	4	4.33			

**P<0,01

*P<0,05

df: 3

1)18 yaş ve altı

2)19-35

3)36-54

4)55 yaş ve üstü



Lisans mezunları, ilkokul ve lise mezunlarına göre hata yapma ihtimallerinin daha fazla olduğunu düşünmektedirler. Eğitim durumu bakıldığında, genel olarak lisans öğrenimi alanların birçok konuda hizmet kalite algılarının diğerlerinden farklı olduğu söylenebilir.

"Çalışanlar yolculuk sırasındaki sorunlarla yakından ilgilenmektedir" ifadesi katılımcıların yaşlarına göre incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı farklılığa rastlanmıştır (F=3.343, p<0.019). Bu fark, 55 yaş ve üstü katılımcılar lehinedir. "Şikâyetler dikkate alınmaktadır" ifadesi ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F=2.695, p<0.046). Bu ifade 36-54 yaş grubundakiler lehine anlamlıdır. "Yolculuk esnasında sunulan yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği fazladır" ifadesinde de gruplar arası farklılık vardır (F=2.843, p<0.038). 19-35 yaş grubundakiler, 55 yaş ve üstündeki katılımcılara oranla, sunulan yiyecek içeceklerin çeşitliliği konusunda daha olumlu düşünmektedir. "Yolculuk esnasında kendimi arabamda gibi hissediyorum." ifadesinde 36-54 yaş grubundakiler ile 18 yaş ve altındakiler arasında bir farklılık vardır (F=3.071, p<0.028). Bu ifade 36-54 yaş grubu lehine anlamlıdır. 55 yaş ve üzerindeki grup, "Mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanları temizdir" ifadesine, 19-35 yaş ile 36-54 yaş grubundaki katılımcılara göre daha az katılmaktadır (F=3.842, p<0.010). "Firmanın verdiği sözlere güvenebileceğimi düşünüyorum" ifadesinde, yaş grupları açısından anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F=5.082, p<0.002). 55 yaş ve üstü katılımcılar, 19-35 yaş aralığındaki katılımcılara oranla, bu ifadeye daha fazla katılmaktadır.

"Firmanın faaliyetlerini başarıyla yönetmek için gerekli kaynaklara sahip olduğunu düşünüyorum" ifadesinde yaş büyüdükçe, ifadeye katılımın arttığı belirlenmiştir (F=3.365, p<0.019). "Yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum" ifadesi katılımcıların yaşlarına göre değerlendirildiğinde, istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (F=2.878, p<0.036). 55 yaş ve üstü katılımcılar, 19-35 yaş aralığındaki katılımcılara oranla, firmanın yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduğuna daha fazla katılmaktadır. Yaşa ilişkin incelemede, hizmet kalite algısının genelde 55 yaş ve üstü olan yolcular ile 19-35 yaş arasındakilerde farklılık gösterdiği ve yaşlıların hizmet kalite algısının daha olumlu olduğu ifade edilebilir.

Tablo 5. Gelir ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki (One-Way ANOVA)
(Table 5. The relationship between income and service quality)

Hizmet Kalitesi	Gelir	Mean	F	Sig.	Scheffe
İfade 5: Bilet işlemleri hızlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir	1	4.17	3.368	0.019	
	2	4.32			
	3	4.43			
	4	4.56			
İfade 28: Alternatif firmalara göre genel olarak firmanın yolculuk maliyeti yüksektir	1	3.34	3.589	0.014*	1-4
	2	2.99			
	3	2.95			
	4	2.56			

**P<0.01 *P<0.05 df:3

1)500 TL ve daha az 2)501-999 3)1000-1999 4)2000 TL ve üzeri

"Bilet işlemleri hızlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir" ifadesine katılımı katılımcıların gelir durumları arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (F=3.368, p<0.019). "Alternatif firmalara göre genel olarak firmanın yolculuk maliyeti yüksektir" ifadesinde, katılımcıların gelir durumları açısından istatistiki olarak anlamlı



farklılığa rastlanmıştır ($F=3.589$, $p<0.014$). Üst gelir dilimi, en düşük gelir dilimine göre bu ifadeye daha fazla katılmaktadır. Gelir yükseldikçe, yolculuk maliyetine ilişkin algı, düşmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND DISCUSSIONS)

Yoğun rekabet, işletmelerin müşterilerinin hizmet kalite algısını sürekli takip etmek ve buna göre düzeltmeler yapmasını gerektirmektedir. Bu makalede, şehirlerarası yolcu taşımacılığı yapan bir firmanın yolcularının sahip oldukları demografik değişkenlerin hizmet kalite algısında farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Firmanın çeşitli hatlarında yolculara uygulanan anketlerle elde edilen veriler, SPSS programında farklılık analizi (T testi, Anova ve Scheffe) ile test edilmiştir. Analiz sonucu cinsiyet, eğitim, yaş ve gelir değişkenlerinin, hizmet kalite algısında farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Sonuçlar, literatürdeki araştırmalarla bazı değişkenler açısından benzerlik gösterirken bazılarında farklıdır. Örneğin Ardıç ve Sadaklıoğlu'nun (2009) araştırmalarında, cinsiyet önemli bir farklılık yaratmazken bu araştırmada da farklılık bulunmuştur. Ancak her iki araştırmada da yaş, gelir ve eğitim değişkeninin farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Cinsiyet ile hizmet kalitesi ilişkisine bakıldığında, erkekler kadınlara oranla, mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanlarının temiz olduğunu, otobüslerin içini temiz bulduklarını ve firmanın yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduklarını daha fazla düşünmektedirler. Buradan hareketle, firmanın, özellikle bu hususlarda, erkekleri, kadınlardan daha fazla memnun ettiği ya da kadınların hizmet kalite beklentisinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Eğitim ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiler incelendiğinde, anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. "Yolculuk esnasında kendimi arabamda gibi hissediyorum", "alternatif firmalara göre genel olarak firmanın yolculuk maliyeti yüksektir", "hata yapma ihtimallerinin olmadığını düşünüyorum" ifadeleri ilkökul mezunu olanların lehine anlamlıdır. "Şikâyetler dikkate alınmaktadır", "şoförler yolcuların güvenli bir şekilde yolculuk etmesini sağlamaktadır", "şehir içi servis hizmetleri sıklıkla hareket etmektedir" ifadeleri ise, ortaokul mezunu olanlar lehine anlamlıdır. "Şehir içi servis hizmetleri konforludur", "şehir içi servis hizmetleri zamanında hareket etmektedir", "hata yapma ihtimallerinin olmadığını düşünüyorum" ifadeleri ise; lise mezunları lehine anlamlı bulunmuştur. Öğrenim durumuna bakıldığında genel olarak lisans öğrenimi alanların birçok konuda hizmet kalite algılarının diğerlerinden farklı olduğu söylenebilir.

Yaş ile ilişkin incelemede, hizmet kalite algısının genelde 55 yaş ve üstü olan yolcular ile 19-35 yaş arasındakilerde farklılık gösterdiği ifade edilebilir. "Yolculuk esnasında sunulan yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği fazladır" ve "mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanları temizdir" ifadeleri 19-35 yaş grubundakiler lehine anlamlıyken, "şikâyetler dikkate alınmaktadır", "yolculuk esnasında kendimi arabamda gibi hissediyorum" ve "mola noktalarındaki genel ihtiyaç alanları temizdir", ifadeleri ise 36-54 yaş grubundakiler lehine anlamlıdır. "Çalışanlar yolculuk sırasındaki sorunlarla yakından ilgilenmektedir", "firmanın verdiği sözlere güvenilebileceğimi düşünüyorum", "firmanın faaliyetlerini başarıyla yönetmek için gerekli kaynaklara sahip olduğunu düşünüyorum", "yolcuların ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri sunmaya yetecek kadar bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum" ifadeleri ise 55 yaş ve üstü katılımcılar lehine anlamlı bulunmuştur. Gelir düzeyi ile hizmet kalitesi algıları arasındaki ilişkiler incelendiğinde; Üst gelir grubu, alt gelir grubuna göre,



bilet işlemlerinin hızlı bir şekilde gerçekleştiği fikrine daha fazla katılırken, alternatif firmalara göre yolculuk maliyetinin yüksek olduğu fikrine daha az katılmaktadır. Karayollarında yolcu taşıyan firmaların başarılı olabilmeleri için müşterilerinin değişen beklenti ve isteklerini anlaması ve hizmet kalitesini buna göre geliştirmesi büyük önem arz etmektedir. Gerek teknolojik gelişimin takibi, gerekse müşteri beklentilerindeki farklılaşmanın takibi, işletmelere önemli ölçüde rekabet avantajı kazandıracaktır. Bu nedenle pazardaki dinamiklerin ve hizmet kalite algısının takibi işletmeler için önem arz etmektedir. Çünkü sunulan hizmet, bir anlamda karşısındaki algılayabildiğidir. Bu nedenle, otobüs işletmelerinin, müşterilerinin beklentilerini, algılarını, şikâyetlerini, hizmet kullanım alışkanlıklarını ve sosyo-demografik özelliklerini belirleyip bunları sürekli analiz etmeli ve zaman zaman gerekli değişiklikleri yapmaları önemlidir. Bu araştırmanın, tek bir otobüs firması üzerinde yapılmış olması, çıkan sonuçların sadece bu firmaya ait olması sebebi ile genelleştirilememesi en büyük kısıttır.

NOT (NOTE)

Bu araştırma, 54. Uluslararası Avrupa Kalite Kongresinde sunulmuştur. PAÜ, BAP birimi tarafından kongre sunumu için desteklenmiştir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Alnıaçık, Ü. ve Özbek, V., (2009). Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü- Kandıra Gürkan Turizm Örneği, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 2(3):125-138.
- Aksoy, Ş., Atılğan, E., and Akıncı, S., (2003). Airline Services Marketing by Domestic and Foreign Firms: Differences from the Customers' Viewpoint, Journal of Air Transport Management, 9(6):343-351.
- Altan, M. ve Engin, O., (2004). Bir Seyahat İşletmesinde Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11, 585-598.
- Ardiç, K. ve Sadaklıoğlu, H., (2009). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Tokat Örneği, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(3), 167-190.
- Bardakçı, A. ve Haşiloğlu, S.B., (2008). Şehirlerarası Otobüs Firmalarının Hizmet Kalitesini Ölçmeye Dönük Bir Araştırma, Pazarlama Dünyası, 2008-1, 46-51.
- Barros, A.G., Somasundaraswaran, A.K., and Wirasinghe, S.C., (2007). Evaluation of Level of Service for Transfer Passengers at Airports, Journal of Air Transport Management, 13:293-298.
- Başanbaş, Ş., (2013) Algılanan Kalite ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişki: Filtre Kullanıcıları Üzerine Yapılan Ampirik Bir Çalışma, Akademik Bakış, Ocak-Şubat, 1-21.
www.akademikbakis.org
- Baysal, M.E. ve Engin, O., (2004). The Measurement Of The Service Quality in the Konya Light Rail Transportation System, Teknoloji, 7(2), 205-210.
- Chen, C.F., (2008). Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions for Air Passengers: Evidence from Taiwan, Transportation Research Part A: Policy and Practice, 42(4):709-717.
- Chen, K.K., Chang, C.T., and Lai, C.S., (2009). Service Quality Gaps of Business Customers in the Shipping Industry,



Transportation Research Part E:Logistics and Transportation Review, 45:222-237.

- Çatı, K., (2003). Ulaşım Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi ve Bir Uygulama, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Mayıs, 27(1), 121-134.
- Çelik, H., (2009). Hizmet Ortamının Şehirlerarası Yolcu Taşıma Hizmetlerinde Algılanan Kalite Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 38/2, 157-183.
- Çelik, M., (2012). Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Üzerine Adıyaman Üniversitesi Yemekhanesinde Bir Uygulama, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(10), 29-54.
- Çelikkol, E.S., Uçkun, C.G., Tekin, V.N., and Çelikkol Ş., (2012). A Research on Factors That Have Effect on Satisfaction and Preferences of Customers with Regard to Airline Transport within Domestic Flights in Turkey, İşletme Araştırma Dergisi, 4(3), 70-81.
- Disney, J., (1998). Competing Through Quality in Transport Service, Managing Service Quality, 8(2), 112-118.
- Doğan, E.M., Akan, Y. ve Oktay, E., (2006). Şehirlerarası Ulaşım Talebini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 345-355.
- Doğan (İpekgil), Ö., (2000). Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi, (Yayınlanmış Doktora Tezi), D.E.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(1), ISSN:1302-3284.
- Doğru, M., (1998). Hizmet Kalitesi Ölçümü ve Kent İçi Ulaşım Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçüm Metotlarının Uygulanabilirliği, Gazi Üniversitesi F.B.E, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Duman, T., Ayduğa, P. ve Koçak, G.N., (2007). Karayolu Yolcu Taşımacılığı Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi, Hizmet Değeri, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1):151-177.
- DPT, (2004). Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (1950-2003).
- Edvardsson, B., (1998). Causes of Customer Dissatisfaction- Studies of Public Transport by The Critical-Incident Method, Managing Service Quality, 8(3), 189-197.
- Erkan, C., (1995). Ulusal Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 1, 85-92.
- Friman, M. ve Edvardsson, B., (2003). A Content Analysis of Complains and Compliments, Managing Service Quality, 13(1), 20-26.
- Gautam, P., (2010), Passengers' Satisfaction with their Travel: A Comparative Study Between the Srtu and Private Sector Bus Operators in Nagaland, Advances in Management, 3(1), 26-35.
- Heskett, L.J., Thomas, O.J., Gary, W.L., Earl, S.W., and Leonard, A.S., (1994). Putting the Service Profit Chain to Work, Harvard Business Review, 72 (March-April):164-174.
- Kalaycı, Ş., (2005). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. 1. Basım. Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.
- Keskin, G., (1998). Yaşam Kalitesinde Hizmet Kalitesinin Önemi (Belediye Toplu Taşımacılık Hizmetleri Üzerine Bir Uygulama), Pazarlama Dünyası, 12(67), 18-22.
- Keskin, G. ve Karaman, A., (2002). Toplu Taşıma Hizmetlerinde Çalışanların İş Tatmini, Pazarlama Dünyası, 16(1), 12-19.
- Kobu, B., (1989). Üretim Yönetimi, Seçkin Kitabevi, 7. Baskı, İstanbul



- Lin, J.H., Lee T.R., and Jen, W., (2008). Assessing Asymmetric Response Effect Of Behavioral Intention to Service Quality in an Integrated Psychological Decision-Making Process Model of Intercity Bus Passengers: A Case Of Taiwan, *Transportation* 35, 129-144.
- Miremadi, A., Ghalamkari, S., and Sadeh, F., (2011). Customer Satisfaction in Port Industry (A Case Study of Iranian Shipping), *International Conference on Sociality and Economics Development, IPEDR vol.10*, 58-62.
- Muijs, D., (2004). *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. Sage Publications Inc. USA.
- Nijkamp, P. ve Pepping, G., (1998). Meta-Analysis for Explaining the Variance in Public Transport Demand Elasticities in Europe, *Journal of Transportation and Statistics*. (<http://ntl.bts.gov/lib/7000/7100/7104/nijkamp.pdf>) Erişim: 15.2.2010
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H., (1994). *Psychometric Theory*, 3d ed. McGraw-Hill, New York.
- Okumuş, A. ve Asil, H., (2007). Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi, *G.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 36(2), 7-29.
- Othelius, J. and Wemmert, U., (2014). *Analysis of Customer Needs and Service Quality at A Liner Shipping Company*, Master thesis, Department of Technology Management and Economics, Division of Industrial Marketing, Chalmers University of Technonolgy, Gothenburg, Sweden.
- Özdipçiner, N.S., (1999). *Türk Turizminde Toplam Kalite Yönetimi ve Uygulanabilirliği Üzerine Bir Örnek Çalışma*, Adnan Menderes Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aydın.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L., (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, *Journal of Marketing*, 58(1):111-124.
- Pekkaya, M. ve Akıllı, F., (2013). Statistical Analysis and Evaluation of Airline Service Quality By Servperf-Servqual Scale, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 75-96.
- Price, L.L, Arnould, E.J., and Tierney, P., (1995). Going to Extremes: Managing Service Encounters and Assessing Provider Performance. *Journal of Marketing*, 59 (April), 83-97.
- Sarı, Y., Kılıçlar, A. ve Seçilmiş, C., (2011). Yüksek Hızlı Tren (YHT) Yolcularının Kişisel Değişkenler Açısından Memnuniyet Algılamalarının Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 127-138.
- Shiralashetti, A.S. ve Hugar, S.S., (2008), *Passenger Satisfaction Towards Karnataka State Road Transport Corporation in Gadag District: An Empirical Study*, *The Icfai University Journal of Services Marketing*, VI(3), 29-37.
- Tan, A. ve Bektaş, F., (2002). Otobüs Firmaları İyi Hizmet Pazarlayabiliyorlar mı?, *Pazarlama Dünyası*, 16(3), 24-27.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2013). 10. Kalkınma Planı:2014-2018, Ankara.
- T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, (2011). *İstatistiklerle Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme: 2003-2011*, Ankara.



-
- Ural, A. ve Kılıç, İ., (2005). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, Detay yayıncılık, Ankara.
 - Ülgen, S., Guerin-Sarısoy, S. ve Tekçe, M., (2015). <http://edam.org.tr/document/ulatrma%20sekte%20raporu%20129-189.pdf>. Erişim: 1.6.2015
 - Yıldız, O. ve Erdil, T.S., (2013). Comparative Measuring of Service Quality in the Passenger Carriage of Turkish Airlines Industry, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 10 (39), 89-100.
 - Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S., (2004), SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara.
 - Yu, C.M.J., Wu, L.Y., Chiao, Y.C., and Tai, H.S., (2005). Perceived Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: The Case of Lexus in Taiwan, 16(6), 707-719.
 - www.dpt.gov.tr Erişim: 11.2.2010.