


Yolcu Tercihlerinde Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Rolü Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Role of Perceived Innovativeness Level of the Airline at Passenger Preferences

Dr. Öğr. Üyesi Adnan DUYGUN 
İstanbul Gelişim Üniversitesi
İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
E-posta: aduygun@gelisim.edu.tr

Arş. Gör. Mustafa Fatih YÜCEL 
Türk Hava Kurumu Üniversitesi
Hava Ulaştırma Fakültesi
E-posta: mfyucel@thk.edu.tr

Öz

Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin beraber kullanıldığı çalışmadaki temel amaç, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin yolcu tercihleri üzerine etkisini ortaya koymaktır. İstanbul'da 388 yolcu ile gerçekleştirilen çalışmada, önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Yolcu tercihlerine etki eden faktörlerin; uçuş hizmetlerinde kalite, uzmanlık ve güvenlik, çalışan yeterliliği ve ikram, havayolunun imajı ile uygun fiyat ve uçuş saatleri olduğu saptanmıştır. Ayrıca, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin yolcu tercihleri üzerine etkisinin ise yeterli seviyede olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yolcu Tercihleri, Yenilikçilik, Havayolu

Abstract

The main purpose of the study which qualitative and quantitative research methods are used together, is to reveal the perceived innovativeness level of the airline which affects the passenger preferences. The study was conducted with 388 passengers in İstanbul and significant results have been reached. Factors affecting passenger preferences; flight quality, expertise and security, employee competence and catering, image of the airline and reasonable prices and flight times. Also, the passenger preferences was affected by the perceived innovativeness level of the airline adequately.

Key Words: Passenger Preferences, Innovativeness, Airline

1. Giriş

Yaşanan yoğun rekabet ortamında işletmeler ayakta kalabilmek için müşteri tercihlerinin neler olduğunu anlayıp ona göre pazarlama ve satış stratejilerini belirlemeye çalışmaktadırlar. Ancak, müşterilerin tercihlerini öngörmek ve buna göre pazarlama planlarını hazırlamak işletmeler açısından zorlu ve risklidir. Bunun nedeni ise küreselleşmenin de etkisiyle, işletmenin karşı karşıya kaldığı müşterilerin daha çok çeşit ve daha çok seçenek arasından tercih yapmak isteyen bir kitle haline gelmesidir (Çakır ve diğ., 2010: 88).

Ayrıca, işletme alanında ortaya çıkan hızlı değişimin sonucunda, işletmeler rekabet güçlerini kaybetmemek adına sürekli yenilik yapabilecekleri tarzda bir yapılanmaya ihtiyaç duymaktadırlar (Basım ve diğ., 2008: 122). Bu sebeple müşteri tercihlerinin belirlenmesinin yanında yenilikçi ürün ve/veya hizmetler ile işletmenin kendisinin de yenilikçi olması rekabette bir adım öne çıkmasında etkili olabilmektedir.

Müşteri tercihlerinin belirleyici olduğu sektörlerden biri de hizmet sektörüdür. Hizmet sektörü içinde bankacılık, sigortacılık, eğitim, danışmanlık, sağlık, ulaşım gibi pek çok sektör ya da iş kolu bulunmaktadır. Hem iş hem de özel hayatta müşterileri etkileyen en önemli sektörlerden birisi de kuşkusuz ulaştırma ve buna bağlı olarak havacılık sektörüdür. Bu sektör, hizmet sektörü içinde hem ulusal hem de uluslararası düzeyde öneme sahip bir sektördür ve bulunduğu bölgenin kalkınmasını hızlandıran en önemli unsurlardan birisi olarak gösterilebilir (Hatipoğlu ve Işık, 2015: 294).

Bu noktadan hareketle, ilk olarak bu çalışmada, havacılık sektöründe müşteri ya da havacılık sektöründe kullanılan diğer adıyla yolcu tercihlerinin neler olduğu belirlenmiştir. Sonrasında, işletmenin algılanan yenilikçilik düzeyine etki eden değişkenler tespit edilerek, havacılık sektörü açısından yolcu tercihlerinde havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin rolü ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmada öncelikle konuyla ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Ardından sırasıyla, çalışmanın yöntemi açıklanmış, araştırmanın bulguları ve son olarak da, çalışmanın sonuç ve önerileri üzerinde durulmuştur.

2. Literatür

Konuyla ilgili yerli ve yabancı kaynaklara dayanarak, öncelikle havacılık sektöründe yolcu tercihlerinin neler olduğu ile ilgili konulara değinilmiştir. Sonrasında ise havacılık sektöründe yenilik ve yenilikçilik konuları üzerinde durulmuştur.

2.1. Havacılık Sektöründe Yolcu Tercihleri

Ulaştırma sektörü içerisinde yer alan havacılık sektörü sürekli gelişen ve büyüyen sektörlerden birisidir. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) verilerine göre 31.12.2014 itibariyle uçak sayıları, THY 231, Sun Express (Güneş Ekspres) 53, Pegasus 46, Onur Air 21 ve Atlasjet 18 iken 31.12.2017 itibariyle uçak sayıları, Türk Hava Yolları (THY) 304, Pegasus 66, Sun Express (Güneş Ekspres) 52, Atlasjet 24 ve Onur Air 24 şeklinde sıralanmaktadır (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2018). Devlet Hava Meydanları İşletmesi'nin (DHMİ) verilerine göre ise 2017 yılı Nisan sonunda İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan gelen-giden yolcu sayısı toplam 18.209.995 iken kesin olmayan 2018 yılı Nisan sonu rakamlarına göre toplam 21.517.422 olacağı tahmin edilmektedir. Yolcu sayısındaki artış oranı %18 olarak ifade edilmiştir. İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı ile ilgili veriler ise 2017 yılı Nisan sonunda 9.163.335 kişi

ve kesin olmayan 2018 yılı Nisan sonunda ise 10.701.489 olacağı öngörülmektedir. Artış oranı %17 olarak belirlenmiştir (Devlet Hava Meydanları İşletmesi, 2018).

Ulaştırma; kişi, eşya, hizmet ve bilgilerin ekonomik, hızlı ve güvenli olarak, fayda sağlayacak şekilde yer değiştirmesi olarak tanımlamak mümkündür (Yayar ve Tekin 2015: 539). Ulaştırma sektörü içerisinde yer alan başlıca dört taşımacılık türü ise karayolu, denizyolu, havayolu ve demiryolu olarak sıralanabilir (Yayar ve Tekin, 2015: 539; Kılıçlar ve diğ., 2010: 197).

Ulaştırma hizmetlerine genel olarak bakıldığında yolcuların ulaştırma hizmetini tercih ederken etkili olan unsurların şu şekilde sıralandığı görülmektedir: Gidilecek yerin uzaklığı ve yolculuk için ayrılan zaman, sosyal statü ve konfor, güvenlik, fiyat, ulaşım için alternatifler araçlar ve rekabet, coğrafi olarak konum, hizmet kalitesi, yolcuların demografik özellikleri ve davranışsal özellikleri (Kılıçlar ve diğ., 2010: 197).

Temel ulaşım türlerinden biri olan havayolu, diğer ulaşım türlerine göre sahip olduğu avantajlardan ötürü yolcular tarafından her geçen gün daha fazla tercih sebebi olmaya devam etmektedir (Yayar ve Tekin, 2015: 539). Havayolu ulaşımı gerek dünyada gerekse Türkiye’de, kısa sürede çok hızlı bir şekilde hem teknolojik hem de yapısal değişiklikler gösteren bir sektör haline gelmiştir. Bir taraftan yakıt tasarrufu sağlayan, geniş kapasiteli, düşük gürültü ve emisyon seviyelerine sahip uçakların geliştirilmesi, havayolu işletmelerinin faaliyetleri, hizmet kaliteleri ve kapsamları üzerinde etkili olurken, diğer taraftan serbestleşen ve özelleştirilen sektör daha ticari bir yapıya dönüşmüş ve yolcuların hakim olduğu bir pazar haline gelmiştir (Yaylalı ve Dilek, 2009: 3).

Havayolu ulaşımında yolcularla ilgili yapılan çalışmalarda hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili çalışmaların yaygın olarak yapıldığı ve genellikle SERVQUAL veya SERVPERF hizmet kalitesi modellerinin kullanıldığı görülmektedir (Gilbert ve Wong, 2003: 519-532; Ling ve diğ., 2005: 798-813; Abdullah ve diğ., 2007: 1-29; Okumuş ve Asil, 2007: 152-175; An ve Noh, 2009: 293-307; Saha ve Theingi, 2009: 350-372; Ataman ve diğ., 2011: 73-87; Abdullah ve diğ., 2012: 134-141; Yıldız ve Erdil, 2013: 89-100; Pekmaya ve Akıllı, 2013: 75-96; Hatipoğlu ve Işık, 2015: 293-312). Aslında, havayolu ulaşımında yolcu tercihlerini etkileyen çok sayıda unsur bulunmaktadır. Bunların başlıcalarını; fiyat, hız, güvenlik, konfor, havayolu işletmesi, yer hizmetleri, havayolu işletmesinin büyüklüğü ve dakikliği, kabin içi teknolojik olanaklar ve son olarak ikram hizmetleri şeklinde sıralamak mümkündür (Gürses, 2006: 56-67).

Literatürde yer alan yolcu tercihlerine etki eden önemli çalışmalara da değinmekte yarar bulunmaktadır. Yaylalı ve Dilek (2009: 13) tarafından yapılan araştırmada, yolcuların seyahat ettikleri havayolunu tercih etmelerinde etkili olan faktörler; bilet fiyatlarının uygunluğu, havayolunun marka olduğu için tercih edilmesi, konfor, servis ya da ikram zenginliği, personelin hizmet kalitesi, kampanya ve indirimler ile gidilecek yere başka havayolunun olmaması şeklinde özetlenmektedir.

Park (2007: 239) yaptığı çalışmada, yolcuların hizmet kalitesi ile ilgili algılamalarını geniş bir perspektiften ele almıştır. Değerlendirme için kullandığı faktörler; uçuş içi hizmet, rezervasyon ve biletleme, havaalanı hizmetleri, güvenilirlik, çalışanların yolculara hizmeti, uçuşların uygunluğu, genel hizmet kalitesi, bilet fiyatları, yolcunun aldığı hizmete verdiği değer, yolcu memnuniyeti ve son olarak havayolu imajıdır.

Yayar ve Tekin (2015: 546) İzmir'de yaptıkları araştırmada havayolu tercihini etkileyen faktörleri; bilet fiyatlarının uygunluğu, erken rezervasyon indirimi, aktarmasız uçuşların gerçekleştirilmesi, servis ve ikram zenginliği ile havayolunun kamu malı olması olarak sıralamışlardır.

Değirmenci ve diğ. (2016: 251) yolcuların havayolu uçuş saati tercihi üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Türk Hava Yolları (THY) için yapılan çalışma sonucunda, THY açısından yolcuların taşındığı saatlerin tercihe göre değil, sunulan hizmete göre şekillendiği ortaya çıkmıştır.

Çelikkol ve diğ. (2012: 76) çalışmalarında, yolcuların kullandıkları havayolunu tercih etmelerine sebep olan üç faktör ve bu faktörlere bağlı toplam 14 değişken ortaya koymuşlardır. İlk faktör güvenilirlik ve iyi hizmettir ve bu faktöre bağlı değişkenler havayolunun; havaalanına servislerinin olması, havaalanı hizmetlerinin iyi olması, güvenilir olması, kaza sayısının az olması, büyük bir filoya sahip olması ile filonun genç ve bakımlı olması olarak sıralanmaktadır. İkinci faktör uzmanlık ve esnekliktir ve bu faktörün kapsadığı değişkenler havayolunun; zamanında hareket etmesi, sefer sayısının fazla olması, personelinin uzman olması ve iletişiminin kolay olması şeklindedir. Bu faktörlerden sonuncusu ise avantaj ve uygunluktur ve bu faktörle ilgili değişkenler ise havayolunun; yolcunun şehrine seferi olması, fiyatlarının uygun olması, tavsiye üzerine seçilmesi ve uçuş saatlerinin uygun olmasıdır.

2.2. Havacılık Sektöründe Yenilik ve Yenilikçilik

İlk olarak yenilik ve yenilikçilikle ilgili temel kavramlara değinmekte fayda bulunmaktadır. Tüm sektörlerde faaliyette bulunan her türlü işletmenin tüm alanlarda yeniliğe ihtiyacı bulunmaktadır. Özellikle yenilik yapılan ürün ve hizmetleri tercih eden müşteriler, yenilik yapan işletmeyi tercih edebilirler. Bu durumda bu tip işletmeler daha çok müşteri çekerek, daha çok ürün/hizmet satabilir ve sonuç olarak daha fazla gelir edebilirler (Bilim ve Adabalı, 2015: 722).

Rogers'a (1995) göre yenilik "bir birey, grup ya da toplum tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama ya da obje" olarak tanımlanmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 150). Van de Ven vd.'ne (1989) göre işletme açısından yenilik tanımı "yeni fikirlerin işletmeye transferi ve bunların pratiğe uygulanması" şeklinde tanımlanmaktadır (Akkoç, 2012: 48). İşletme açısından en kapsamlı yenilik tanımlarından birini Joseph Schumpeter yapmıştır. Schumpeter (1934) yenilik kavramını, "yeni üretim yöntem ve süreçlerinin uygulanmaya başlanması, yeni pazarların açılması, işletme faaliyetleri için gerekli olan kaynakların tedariki konusunda yeni pazarların bulunması, işletmenin yeniden yapılandırılması ve işletme süreçlerinin yeniden tasarlanması" şeklinde tanımlamıştır (Demirel ve Özbezek, 2015: 122-123).

Yenilik türleri incelendiğinde ise farklı sınıflandırmalar yapılırsa da literatürde son yıllarda kabul gören bir kaynak haline gelen, Oslo Kılavuzuna göre dört tür yenilik sınıflaması yapılmaktadır. Bunlar; ürün yenilikleri, süreç yenilikleri, pazarlama yenilikleri ve organizasyonel yeniliklerdir (Oslo Kılavuzu, 2005: 51).

Yenilikçilik ise "hizmet ve ürün üretiminde yeni üretim yöntemlerinin uygulanması ve çalışma süreçlerinde yeni yöntemlerin geliştirilmesidir" (Samuel 2000: 519'dan akt. Akkoç, 2012: 48). İşletme açısından yenilikçilik ise "yeni bir düşüncenin işletme faaliyetlerine aktarılması ve uygulanması" şeklinde tanımlanabilmektedir (Arslan 2001: 42'den akt. Basım ve diğ., 2008: 123). Bir başka tanıma göre işletme ya da örgüt

açısından yenilikçilik, işletmelerin yeniliklere açık olmalarını ve bu yönde bir duruş sergilemelerini ifade etmektedir (Aksoy ve Yıldız, 2015: 190).

Havacılık sektöründe yer alan işletmeler de gerek yolcularını daha fazla tatmin edebilmek gerekse rekabet avantajı elde edebilmek için sürekli yenilikçi bakış açısına sahip olmalı ve yenilik peşinde koşmalıdırlar. Hangi alanlarda yenilik yapılması gerektiği dikkatlice planlanmalı ve doğru tahminlerde bulunulmalıdır. Bu konuda, havacılık sektöründeki işletmelere yol gösterebilecek nitelikte bir yazı 25 Temmuz 2017 tarihinde İngiltere'nin önde gelen gazetelerinden biri olan The Telegraph Gazetesi tarafından yazılmıştır. Gazeteye göre havacılık sektöründe 5, 10, 20 ve 50 yıl içinde yaşanabilecek gelişmeleri ve yenilikleri şu şekilde sıralamak mümkündür (The Telegraph, 2017):

- 5 yıl içinde:
 - Yüz tanıma teknolojisi ve “temassız” pasaport kontrolü gibi uygulamalar
 - Uçaklarda spor yapmaya imkan veren bölümler ya da salonlar
 - Uçaklarda Starbucks
 - Çocuklar için oyun alanları
 - Otel ve araba kiralama gibi hizmetler ya da sosyal medyada deneyimlerin paylaşılması karşılığında bedava uçak bileti
 - Daha düşük maliyetli uzun mesafeli uçuşlar
 - Uzun mesafe aktarmasız uçuşlar
 - Uzaya bilet
 - Bagajın evlerden alınıp uçağa verilmesi
 - Daha geniş camlara sahip uçaklar
 - Bahçe, şelale, otel, restoran gibi alanların olduğu yeni tarz havaalanları
- 10 yıl içinde:
 - Ayakta uçak yolcuğu
 - Süpersonik uçaklarla seyahat
 - Biyoyakıtların daha geniş kullanımı
- 20 yıl içinde:
 - Güvenlik kontrollerinin sona ermesi
 - Hava trafiğinin yoğunlaşmasından dolayı daha fazla rötör
 - İklim değişikliği nedeniyle yaşanabilecek daha fazla türbülans
- 50 yıl içinde:
 - Pilotsuz uçaklar

3. Yöntem

Bu kısımda öncelikle araştırmanın amacına, kapsamına ve kısıtlarına, sonrasında sırasıyla, araştırmanın değişkenlerine, araştırmanın modeli ve hipotezleri ile örnekleme yöntemi ve planına yer verilmiştir.

Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Veri toplama teknikleri açısından ise odak grup görüşme ve anket tekniğinden yararlanılmıştır. Ayrıca, bu tekniklerin yanında, araştırmada yer alan değişkenlerin diğer bir ifadeyle ölçeklerde yer alacak ifadelerin belirlenmesinde, literatürde yer alan ilgili çalışmalardan yardım, konunun uzmanı akademisyen ve profesyonellerden de görüş alınmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmada ulaşılmak istenen temel amaç, yolcu tercihlerinde havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin rolünün incelenmesidir. Bunun dışında, araştırmaya dahil olan yolcuların, sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi ve bu özellikler arasında yolcu tercihleri ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından farklılık olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma, Atatürk ve Sabiha Gökçen Havaalanları'ndan gerekli izinler alınıp, havaalanlarında uçuş öncesi bekleyen yolcuların dahil edildiği, ulaşım tercihlerinde havayolunu tercih eden ve son bir yıldır en az dört defa uçan yolcular ile İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. Zaman ve maliyet bakımından kısıtlar da göz önüne alınarak, araştırmada bilgi toplamak amacıyla hazırlanan anket, 1 Nisan – 30 Nisan 2017 tarihleri arasında, ilgili katılımcılar tarafından doldurulmuştur.

3.2. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmada kullanılan değişkenler, dört ana bölüme ayrılmışlardır. Bunlar; yolculara ait sosyo-demografik özellikler, havayolu tercihi, yolcu tercihleri ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyidir. Sosyo-demografik özellikler; cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir durumu ve eğitim durumu şeklinde sıralanmaktadır. Havayolu tercihi ise yolcuların "hangi havayolunu daha çok tercih ettikleri" şeklinde tek bir soru ile ifade edilmiştir.

Yolcu tercihleri ile ilgili değişkenler (Odak grup görüşmeleri; akademisyen ve profesyonellerin görüşleri; Yaylalı ve Dilek, 2009: 13; Yayar ve Tekin, 2015: 546; Park, 2007: 239; Gürses, 2006: 56-67; Çelikkol ve diğ., 2012: 76):

- **Seyahat ettiğim havayolunu,**
- YT1 - tavsiye üzerine tercih ettim.
- YT2 - sunduğu içecek ve yiyeceklerin kalitesi için tercih ettim.
- YT3 - sunduğu içecek ve yiyeceklerin çeşitliliği için tercih ettim.
- YT4 - çalışanlarının yardıma istekli olmasından dolayı tercih ettim.
- YT5 - çalışanlarının nazik tutumu dolayısıyla tercih ettim.
- YT6 - çalışanları yeterli bilgiye sahip olduğu için tercih ettim.
- YT7 - ortaya çıkan sorunları çözmede ilgili davrandıkları için tercih ettim.
- YT8 - çalışanlar yolculara kişisel olarak ilgili davrandıkları için tercih ettim.
- YT9 - çalışanlarının düzgün görünüşü yüzünden tercih ettim.
- YT10 - uçuş sırasında vakit geçirme olanakları (video, dergi, müzik vs.) sunduğu için tercih ettim.
- YT11 - uçaklarındaki oturma rahatlığı/konforu için tercih ettim.
- YT12 - uçaklarının temizliği için tercih ettim.
- YT13 - uçuş güvenliğini ön planda tuttuğu için tercih ettim.
- YT14 - uçuş esnasındaki bilgilendirme hizmetleri için tercih ettim.
- YT15 - çok sayıda uçuş noktasına sahip olduğu için tercih ettim.
- YT16 - direkt uçuşlar yaptığı için tercih ettim.
- YT17 - büyük bir uçuş filosuna sahip olduğu için tercih ettim.
- YT18 - güvenilir olduğu için tercih ettim.
- YT19 - sefer sayısı fazla olduğu için tercih ettim.
- YT20 - seferlerini zamanında yaptığı için tercih ettim.
- YT21 - uzman personele sahip olduğu için tercih ettim.
- YT22 - iletişim imkanlarının kolay olması (internet, müşteri hizmetleri vs.) yüzünden tercih ettim.
- YT23 - genç bir uçak filosuna sahip olduğu için tercih ettim.

- YT24 - bakımlı bir uçak filosuna sahip olduğu için tercih ettim.
- YT25 - havaalanı hizmetlerinin (rezervasyon, biletleme, check-in vs.) kolaylığı yüzünden tercih ettim.
- YT26 - havaalanı hizmetlerinin (rezervasyon, biletleme, check-in vs.) hızı yüzünden tercih ettim.
- YT27 - havaalanı hizmetlerinin (rezervasyon, biletleme, check-in vs.) doğruluğu yüzünden tercih ettim.
- YT28 - düzenli olarak havaalanına servisleri olduğu için tercih ettim.
- YT29 - bilet fiyatları uygun olduğu için tercih ettim.
- YT30 - bagaj aşımında fiyatları uygun olduğu için tercih ettim.
- YT31 - uçuş saatlerinin uygunluğu yüzünden tercih ettim.
- YT32 - koltuk tahsisinde başarılı olduğu için tercih ettim.
- YT33 - bagaj tesliminde hızlı olduğu için tercih ettim.
- YT34 - bagaj tesliminde hatasız çalıştığı için tercih ettim.
- YT35 - kaza sayısının az olması yüzünden tercih ettim.
- YT36 - seçmekle doğru karar verdiğimi düşünüyorum.
- Seyahat ettiğim havayolunun,
- YT37 - her zaman iyi bir izlenime sahip olduğunu düşünüyorum.
- YT38 - diğer havayollarına göre daha iyi bir imaja sahip olduğuna inanıyorum.
- YT39 - yolcuların kafasında iyi bir görüntüye sahip olduğunu düşünüyorum.

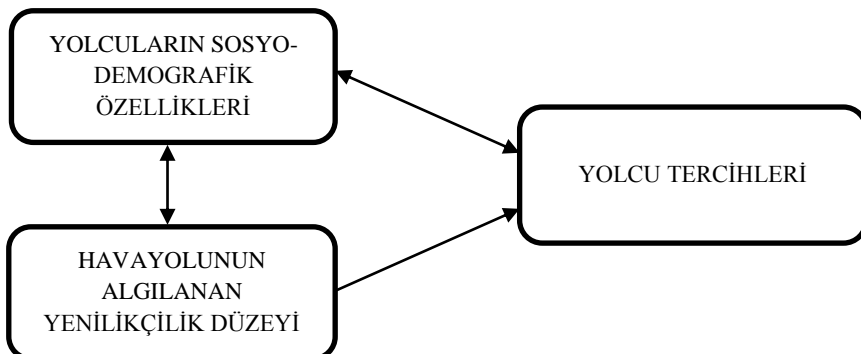
Havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili değişkenler (Kunz ve diğ., 2010: 10; Çiftçi, 2012: 87):

- **Tercih ettiğim havayolu,**
- YD1 - dinamiktir.
- YD2 - çok yaratıcıdır.
- YD3 - her zaman yeni ürün/hizmetler sunarak havayolu pazarına yön vermektedir.
- YD4 - kendi kategorisinde öncüdür.
- YD5 - sürekli olarak yeni fikirler üretmektedir.
- YD6 - sunduğu ürün/hizmetler ile havayolu pazarını değiştirmektedir.
- YD7 - modernidir.
- YD8 - geleceğe dönüktür.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın ön çalışmaları ve değişkenleri dikkate alınarak belirlenen araştırma modeli Şekil 1'de görülmektedir. Modelde; yolcuların sosyo-demografik özellikleri, yolcu tercihleri ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Şekil 1'deki araştırma modeline göre araştırmada test edilecek hipotezleri şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- H₁: Yolcu tercihleri açısından yolcuların sosyo-demografik özellikleri arasında $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.
- H₂: Havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından yolcuların sosyo-demografik özellikleri arasında $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.
- H₃: Havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi yolcu tercihleri üzerine $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak etkide bulunmaktadır.

3.4. Örneklem Yöntemi ve Planı

Araştırmanın evrenini, araştırmanın amacı, kapsamı ve kısıtlarında da belirtildiği üzere, ulaşım tercihlerinde havayolunu tercih eden ve son bir yıldır en az dört defa uçan yolcular oluşturmaktadır. Ancak, zaman ve maliyet açısından herkese ulaşmanın mümkün olmadığı göz önüne alındığında, araştırma İstanbul'da Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanı'nda gerçekleştirilmiştir.

Örneklem yöntemi olarak, tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Uçuş öncesi bekleyen ve ankete katılmayı kabul eden her yolcuya, 1 Nisan – 30 Nisan 2017 tarihleri arasında anket uygulanmıştır. Toplam 388 kişiyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

4. Bulgular

Araştırma bulgularında sırasıyla, yolcularla ilgili tanıtıcı bilgilere, yolcu tercihlerine ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyine ilişkin ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine ve son olarak araştırmada yer alan hipotezlerin test edilmesine yer verilmiştir.

4.1. Yolcularla İlgili Tanıtıcı Bilgiler

Araştırmaya katılan yolcular ile ilgili tanıtıcı bilgiler Tablo 1'de gösterilmektedir. Bu bilgiler sırasıyla; yolculara ait sosyo-demografik özellikler, yolcuların tercih ettikleri havayolu ve yolcuların seyahat etme amaçlarıdır.

Tablo 1: Yolcularla İlgili Tanıtıcı Bilgiler

Sosyo-Demografik Özellikler			Frekans	Yüzde
			Cinsiyet	Kadın
		Erkek	206	53,1
Yaş		18-25	111	28,6
		26-30	80	20,6
		31-35	42	10,8
		36-40	43	11,1

Tablo 1'in devamı

		41-45	49	12,6
		46 ve üzeri	63	16,2
	Medeni Durum	Evli	180	46,4
		Bekar	208	53,6
	Gelir Durumu	0-1500 TL	86	22,2
		1501-3000 TL	111	28,6
		3001-5000 TL	116	29,9
		5001- 7500 TL	32	8,2
7501 TL ve üstü		43	11,1	
	Eğitim Durumu	İlköğretim	8	2,1
		Lise	61	15,7
		Önlisans	38	9,8
		Lisans	196	50,5
		Yüksek Lisans ve Doktora	85	21,9
Tercih Edilen Havayolu	Türk Hava Yolları	244	62,9	
	Atlas Global	20	5,2	
	Onur Air	12	3,1	
	Pegasus Havayolları	82	21,1	
	Anadolu Jet	22	5,7	
	Sun Express	4	1,0	
	Diğer	4	1,0	
Seyahat Etme Amaçları	İş Amaçlı	116	29,9	
	Tatil Amaçlı	220	56,7	
	Diğer	52	13,4	

4.2. Yolcu Tercihlerine ve Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyine İlişkin Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırma kapsamında, yolcu tercihlerine ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyine ilişkin ölçeklerde yer alan değişkenlerin geçerliliğini test etmek amacıyla öncelikle kapsam geçerliliğine başvurulmuştur. Bu doğrultuda, konunun uzmanı akademisyen ve profesyonellerin görüşleri alınmıştır.

Kapsam geçerliliği sonucu uzmanlarca uygun görülen değişkenler ölçeğe dahil edilmiş ve anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Sonrasında yapı geçerliliğinin test edilmesi amacıyla da faktör analizlerinden yararlanılmıştır. Yolcuların tercihlerinin ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin hangi faktörler altında toplandığını ortaya koymak amacıyla açıklayıcı faktör analizleri yapılmıştır.

Yolcu tercihlerine ilişkin ölçeğin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla ilk olarak KMO ve Bartlett testi uygulanmış ve ortaya çıkan sonuçlara göre KMO değeri 0,952 olarak elde edilmiş ve araştırmada yer alan örneklemin faktör analizi yapmak için yeterli büyüklüğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak, binişiklik gösteren YT11, YT14, YT18, YT20, YT28, YT34 ve YT35 ölçekten çıkarılarak, tekrar faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 2: Yolcu Tercihleri Ölçeğine İlişkin Tekrarlanan KMO ve Bartlett Tablosu

Kaiser-Meyer-Olkin Measure (Örnek Yeterliliğinin Ölçümü)		0,945
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	10230,851
	Df (Serbestlik Derecesi)	496
	Anlamlılık (α)	0,000

Tekrarlanan faktör analizi ile ilgili KMO ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir. KMO değeri 0,945 olarak hesaplanmış ve örneklemin faktör analizi yapmak için yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bartlett Küresellik Testine göre Ki-Kare değeri 10230,851 ve anlamlılık (α) 0,00'dır. Faktör analizi ve ortaya çıkan faktörlerin güvenilirlik analizi sonuçları ise Tablo 3'te görülmektedir.

Faktör analizi sonucunda yolcu tercihlerini etkileyen beş faktör olduğu tespit edilmiştir. Bunlar:

- Faktör 1 – Uçuş Hizmetlerinde Kalite, Uzmanlık ve Güvenlik
- Faktör 2 – Çalışan Yeterliliği ve İkrâm
- Faktör 3 – Havayolunun İmajı
- Faktör 4 – Uçuş Başarısı ve Sıklığı
- Faktör 5 – Uygun Fiyat ve Uçuş Saatleri

Tablo 3: Yolcu Tercihlerine Ait Faktörler, Güvenilirlikleri ve Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Alpha Katsayısı	Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Alpha Katsayısı
Faktör 1		0,946	Faktör 2		0,921
YT12	,600		YT1	,507	
YT13	,546		YT2	,826	
YT21	,616		YT3	,820	
YT22	,574		YT4	,741	
YT23	,659		YT5	,711	
YT24	,698		YT6	,644	
YT25	,757		YT7	,590	
YT26	,767		YT8	,645	
YT27	,730		YT9	,630	
YT32	,546		YT10	,613	
YT33	,568				
Faktör 3		0,920	Faktör 4		0,869
YT36	,747		YT15	,769	
YT37	,843		YT16	,710	
YT38	,811		YT17	,652	
YT39	,812		YT19	,777	
Faktör 5		0,644			
YT29	,795				
YT30	,764				
YT31	,612				

Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi

Rotasyon Yöntemi: Varimax with Kaiser Normalization

İterasyon Sayısı: 6

Toplam Açıklanan Varyans: %68,4

Ölçeğin Güvenilirliği: %95,6

Tablo 3'te görüldüğü gibi faktör analizi sonucunda öz değeri 1'den büyük olan 5 faktör tespit edilmiştir. Bunlar; uçuş hizmetlerinde kalite, uzmanlık ve güvenlik, çalışan yeterliliği ve ikram, havayolunun imajı, uçuş başarısı ve sıklığı ile son olarak, uygun fiyat ve uçuş saatleridir. Toplam açıklanan varyans %68,4 iken ölçeğin güvenilirliği ise %95,6'tır ve yüksek güvenilirliğe sahiptir. Ortaya çıkan faktörlerin güvenilirlik sonuçlarına bakıldığında; faktör 1 (%94,6), faktör 2 (%92,1), faktör 3 (%92,0) ve faktör 4 (%86,9) yüksek ölçek güvenilirliğine sahipken, faktör 5 (%64,4) oldukça güvenilir bir ölçektir.

Havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyine ilişkin yapılan faktör analizinde ise ölçekte yer alan tüm değişkenlerin tek bir faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Ölçeğin güvenilirliği ise %94,5 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür.

4.3. Araştırmada Yer Alan Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmada ortaya atılan hipotezlerin test edilmesi için fark ve regresyon analizlerinden faydalanılmıştır. Yolcu tercihlerine ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyine ilişkin yapılan Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro Wilk testi sonuçları Tablo 4'te görülmektedir. Sonuçlara göre hem yolcu tercihlerine ilişkin ölçek hem de havayolunun algılanan yenilikçi düzeyine ilişkin ölçek normal dağılım göstermemektedir. Bu sebeple; yukarıda ifade edilen birinci (H_1) ve ikinci (H_2) hipotezlerin testi için yapılacak fark analizlerinde, parametrik olmayan Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır.

Tablo 4: Ölçek Puanlarının Normallik Testi Tablosu

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p	İstatistik	Serbestlik Derecesi	p
Yolcu Tercihleri	,097	388	,000	,933	388	,000
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	,152	388	,000	,882	388	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Son olarak, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin yolcu tercihleri üzerine etkisinin incelenmesi, diğer bir ifadeyle, üçüncü hipotez (H_3) için ise regresyon analizinden yararlanılmıştır.

Tablo 5: Yolcu Tercihlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	U	p
Yolcu Tercihleri	Kadın	182	206,57	16549,000	,046
	Erkek	206	183,83		

Tablo 5'teki Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre yolcu tercihleri açısından anlamlılık düzeyi (p) arzu edilen %5'ten küçüktür. Dolayısıyla, yolcu tercihleri açısından yolcuların cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu durumda H_1 hipotezi kabul edilmektedir. Cinsiyet dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise kadın yolcuların tercih düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Yolcu Tercihlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

Yaş		N	Sıra Ortalaması	X ²	p
Yolcu Tercihleri	18-25	111	169,92	19,184	,002
	26-30	80	179,27		
	31-35	42	199,23		
	36-40	43	192,02		
	41-45	49	244,74		
	46 ve üzeri	63	216,60		

Tablo 6'da görülen Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre yolcu tercihleri açısından anlamlılık düzeyi istenilen %5'ten küçüktür. Bu durumda, yolcu tercihleri açısından yolcuların yaşlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H₁ hipotezi kabul edilmektedir. Yaş dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise 41-45 yaş arasındaki yolcuların tercih düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmektedir.

Tablo 7: Yolcu Tercihlerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Medeni Durum		N	Sıra Ortalaması	U	p
Yolcu Tercihleri	Evli	180	216,05	14840,000	,000
	Bekar	208	175,85		

Tablo 7'de görülen Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre yolcu tercihleri açısından anlamlılık düzeyi (p) arzu edilen %5'ten küçüktür. Dolayısıyla, yolcu tercihleri açısından yolcuların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H₁ hipotezi kabul edilmektedir. Medeni durum dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise evli yolcuların tercih düzeylerinin bekar olanlara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Yolcu Tercihlerinin Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması

Gelir Durumu		N	Sıra Ortalaması	X ²	p
Yolcu Tercihleri	0-1500 TL	86	161,20	12,706	,013
	1501-3000 TL	111	206,91		
	3001-5000 TL	116	201,07		
	5001- 7500 TL	32	229,33		
	7501 TL ve üstü	43	185,42		

Tablo 8'deki Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre yolcu tercihleri açısından anlamlılık düzeyi istenilen %5'ten küçüktür. Bu durumda yolcuların gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H₁ hipotezi kabul edilmektedir. Gelir durumu dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise 5001-7500 TL arasında gelire sahip olan yolcuların tercih düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmektedir.

Tablo 9: Yolcu Tercihlerinin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Eğitim Durumu		N	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Yolcu Tercihleri	İlköğretim	8	273,69	14,762	,005
	Lise	61	223,86		
	Önlisans	38	217,99		
	Lisans	196	188,63		
	Yüksek Lisans ve Doktora	85	169,02		

Tablo 9'da yer alan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre yolcu tercihleri açısından anlamlılık düzeyi arzu edilen %5'ten küçüktür. Bu durumda yolcuların eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H_1 hipotezi kabul edilmektedir. Eğitim durumu dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise ilköğretim mezunu yolcuların tercih düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Cinsiyet		N	Sıra Ortalaması	U	p
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	Kadın	182	193,44	18552,500	,860
	Erkek	206	195,44		

Tablo 10'da görülen Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından anlamlılık düzeyi istenilen %5'ten büyüktür. Dolayısıyla, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından yolcuların cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bu durumda, H_2 hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 11: Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

Yaş		N	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	18-25	111	167,78	12,254	,031
	26-30	80	196,18		
	31-35	42	195,14		
	36-40	43	197,26		
	41-45	49	227,78		
	46 ve üzeri	63	211,25		

Tablo 11'de görülen Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından anlamlılık düzeyi istenilen %5'ten küçüktür. Bu durumda, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından yolcuların yaşlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H_2 hipotezi kabul edilmektedir. Yaş dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise 41-45 yaş arasındaki yolcuların, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 12: Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Medeni Durum		N	Sıra Ortalaması	U	p
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	Evli	180	214,02	15210,000	,001
	Bekar	208	177,61		

Tablo 12’de görülen Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından anlamlılık düzeyi (p) istenilen %5’ten küçüktür. Dolayısıyla, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından yolcuların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H_2 hipotezi kabul edilmektedir. Medeni durum dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise evli yolcuların, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 13: Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması

Gelir Durumu		N	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	0-1500 TL	86	162,39	14,287	,006
	1501-3000 TL	111	209,38		
	3001-5000 TL	116	197,88		
	5001- 7500 TL	32	235,58		
	7501 TL ve üstü	43	180,60		

Tablo 13’teki Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından anlamlılık düzeyi arzu edilen %5’ten küçüktür. Bu durumda, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından yolcuların gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve H_2 hipotezi kabul edilmektedir. Gelir durumu dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise 5001-7500 TL arasında gelire sahip olan yolcuların, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 14: Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Eğitim Durumu		N	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	İlköğretim	8	284,94	12,952	,012
	Lise	61	224,00		
	Önlisans	38	208,26		
	Lisans	196	185,25		
	Yüksek Lisans ve Doktora	85	180,00		

Tablo 14’te yer alan Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından anlamlılık düzeyi arzu edilen %5’ten küçüktür. Dolayısıyla, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından yolcuların eğitim durumlarına göre

anlamli bir farklılık bulunmaktadır ve H_2 hipotezi kabul edilmektedir. Eğitim durumu dağılımındaki sıra ortalamasına bakıldığında ise ilköğretim mezunu yolcuların, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 15: Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Yolcu Tercihleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	p	Düzeltilmiş R^2
	B	Std. Hata	Beta			
Sabit	1,502	,126		11,938	,000	,492
Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyi	,581	,030	,702	19,380	,000	

Tablo 15'te görüldüğü gibi havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin yolcu tercihleri üzerine etkisinin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, H_3 hipotezi kabul edilmektedir. Ayrıca, Tablo 15'e göre, yolcu tercihlerindeki değişimin %49,2'sinin (R^2), havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi tarafından açıklanabildiğini söylemek mümkündür.

5. Sonuç ve Öneriler

Sürekli gelişen ve yeniliklerin ön planda olduğu sektörlerden birisi havacılık sektörüdür. Seyahatlerinde havayolunu tercih eden yolcular arasında bu yeniliklere önem veren ve yenilikçilik düzeyi yüksek havayollarını tercih edenler bulunmaktadır. Ayrıca, havayolu ile seyahat eden yolculara sunulan hizmetlerden, binilen uçağa kadar pek çok konuda, yolcu tercihlerinin neler olduğunun bilinmesi ve ona göre hizmet edilmesi de önem taşımaktadır.

Bu noktaları göz önünde bulundurarak gerçekleştirilen çalışmada, başta yolcuların tercihlerinde havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin rolü olmak üzere, araştırmaya dahil olan yolcuların, sosyo-demografik özellikleri ve bu özellikler arasında yolcu tercihleri ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından farklılık olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma sonucuna göre yolcu tercihlerine etki eden faktörler; uçuş hizmetlerinde kalite, uzmanlık ve güvenlik, çalışan yeterliliği ve ikram, havayolunun imajı ile uygun fiyat ve uçuş saatleri şeklindedir. Bu durum literatürde yer alan benzer çalışmalarla da örtüşmektedir (Yaylalı ve Dilek, 2009:13; Park, 2007:39; Yayar ve Tekin, 2015:546; Değirmenci ve diğ. 2016:251; Çelikkol ve diğ. 2012:76).

Yolcu tercihleri ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi açısından, yolcuların sosyo-demografik özellikleri arasındaki farklılıklara ilişkin yapılan fark analizleri neticesinde ortaya çıkan sonuçlara göre, cinsiyet açısından kadın yolcuların tercih düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu görülmüştür.

Yaş bakımından 41-45 yaş arasındaki yolcuların tercih düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde, yaş açısından 41-45 yaş arasındaki yolcuların, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Medeni durum açısından evli yolcuların tercih düzeylerinin bekar olanlara oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde, evli yolcuların, havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu anlaşılmıştır.

Gelir durumuna göre 5001-7500 TL arasında gelire sahip olan yolcuların tercih düzeylerinin ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma sonucu, en çok tercih edilen havayolunun, Türk Hava Yolları olduğu ortaya çıktığı ve yolcu fiyatlarının diğerlerine nazaran göreceli olarak daha yüksek olduğu hesaba katıldığında, ortaya çıkan sonucun bunu desteklediğini söylemek mümkündür.

Eğitim durumu açısından ilköğretim mezunu yolcuların tercih düzeylerinin ve havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi ile ilgili algılama düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Son olarak; havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyinin yolcu tercihleri üzerine etkisi incelenmiştir. Ortaya çıkan sonuca göre yolcu tercihlerindeki değişimin %49,2'sinin (R^2), havayolunun algılanan yenilikçilik düzeyi tarafından açıklanabildiği ortaya çıkmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre bu konuda çalışmayı düşünen akademisyen ve araştırmacılara bazı önerilerde bulunmak da mümkündür. Bu araştırma İstanbul'da havacılık sektörü ile ilgili genel olarak yapılmıştır. Araştırmanın Türkiye çapında veya küresel çapta tekrarlanıp, ortaya çıkan sonuçların karşılaştırmasının, konunun ilgilileri açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Hatta bölgesel ve küresel bazda sosyo-demografik özellikler açısından farklılıkların olup olmadığı konusunda da tespitlerde bulunulabilir.

Bir başka öneri ise araştırmanın, havayolu şirketi bazında daha fazla örneklem ile yapılması ve ortaya çıkan sonuçların şirket bazında daha detaylı olarak irdelenmesidir.

Ayrıca, araştırma havacılık dışında; kara, deniz ve demiryolunu kullanan yolcular ile tekrarlanabilir. Böylelikle, yolcu tercihlerinin ve algılanan yenilikçilik düzeyinin taşımacılık türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya konabilir.

6. Kaynakça

- Abdullah, K., Manaf, N. H. A. ve Noor, K. M. (2007), 'Measuring the Service Quality of Airline Services in Malaysia', *Journal of Economics and Management*, 15 (1), ss. 1-29.
- Abdullah, K., Jan, M. T. ve Manaf, N. H. A. (2012), 'A Structural Equation Modelling Approach to Validate the Dimensions of SERVPERF in Airline Industry of Malaysia', *International Journal of Engineering and Management Sciences*, Vol. 3 (2), ss. 134-141.
- Akkoç, İ. (2012), 'Gelişim Kültürü ve Etik İklimin Yenilikçiliğe Etkisinde Dağıtım Adaletinin Rolü', *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C: 4, S: 3, ss. 45-60.
- Aksoy, A. ve Yıldız, İ. (2015), 'Örgütlerde Yenilikçi İklim Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Bir Uygulama', *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 12, ss. 188-216.

- An, M. ve Noh, Y. (2009), 'Airline Customer Satisfaction and Loyalty: Impact of In-Flight Service Quality', *Service Business*, Vol. 3, No. 3, ss. 293-307.
- Ataman, G., Behram, N. K. ve Eşgi, S. (2011), 'İş Amaçlı Havayolu Pazarında Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile Ölçülmesi ve Türk Hava Yolları 'Business Class' Yolcuları Üzerine Bir Araştırma', *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, ss. 73-87.
- Basım, H. N., Korkmazıyürek, H. ve Tokat, A. O. (2008), 'Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma', *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, ss. 121-130.
- Bilim, Y. ve Adabalı, M. M. (2015), 'Otel İşletmelerinde Yenilikçi (İnovativ) Oda Ürünlerine İlişkin Tüketici Algıları: Yenilik İhtiyacı ve Yenilik Algısı Değerlendirmesi', 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ss. 719- 736.
- Çakır, M., Çakır, F. ve Usta, G. (2010). 'Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi', *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 87-94.
- Çelikkol, E. S., Uçkun, C. G., Tekin, V. N. ve Çelikkol, Ş. (2012), 'Türkiye'de İç Hatlardaki Havayolu Taşımacılığında Müşteri Tercihi ve Memnuniyetini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma', *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4/3, ss. 70-81.
- Çiftçi, S. (2012), 'Tüketicilerin Yeni Ürünlere Yönelik Adaptasyon Tutumları Üzerinde Tüketicilerin ve Firmaların Yenilikçilik Düzeylerinin Etkisi', *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 34, ss. 83-92.
- Değirmenci, E., Akça, Z. ve Başlıgil, H. (2016), 'A Study on Passengers' Flight Time Preference', *Sigma Journal of Engineering and Natural Sciences*, 7 (2), ss. 243-251.
- Demirel, Yavuz ve Özbezek, B. Dilek (2015). "İşletmelerde İç Girişimcilik ve Yenilik İlişkisine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme". *Tisk Akademi*, 10(19): 112-135.
- Devlet Hava Meydanları İşletmesi (2018), 'İstatistikler, Uçak, Yolcu, Yük Serisi ve Tahminleri', <http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx> (29.04.2018).
- Hatipoğlu, S. ve Işık, E. S. (2015), 'Havayolu Ulaşımında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: İç Hatlarda Bir Uygulama', *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), ss. 293-312.
- Gilbert, D. ve Wong, R. K. C. (2003), 'Passenger Expectations and Airline Services: A Hong Kong Based Study', *Tourism Management*, 24, ss. 519-532.
- Gürses, F. (2006), *Havayolu İşletmeciliğinde Müşteri Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Yerli Yolculara Yönelik Bir Araştırma*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Kılıçlar, A., Sarı, Y. ve Seçilmiş, C. (2010), 'Yolcuların Ulaşım Aracı Olarak Yüksek Hızlı Treni Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma', *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), ss. 195-216.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H. F. (2010), 'Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması', *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, ss. 150-164.
- Kunz, W., Schmitt, B. ve Meyer, A. (2010), 'How Does Perceived Firm Innovativeness Affect the Consumer?', https://www.researchgate.net/publication/227355132_How_Does_Perceived_Firm_Innovativeness_Affect_the_Consumer (21.06.2017).
- Ling, F. I., Lin, K. ve Lu, J. L. (2005), 'Difference in Service Quality of Cross-Strait Airlines and its Effect on Passengers' Preferences', *Journal of The Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol. 6, ss. 798-813.
- Okumuş, A. ve Asil, H. (2007), 'Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi', *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(13), ss. 152-175.

- OECD, Eurostat. (2005). Oslo Kılavuzu, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler. Üçüncü Baskı, Türkiye: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği İstatistik Ofisi.
- Park, J. W. (2007), 'Passenger Perceptions of Service Quality: Korean and Australian Case Studies', *Journal of Air Transport Management*, 13, ss. 238-242.
- Pekkaya, M. ve Akıllı, F. (2013), 'Hava Yolu Hizmet Kalitesinin SERVPERF-SERVQUAL Ölçeği ile Değerlendirmesi ve İstatistiksel Analizi', *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 1, ss. 75-96.
- Saha, G. C. ve Theingi (2009), 'Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study of Low-Cost Airline Carriers in Thailand', *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 19, No. 3, ss. 350-372.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (2018), 'Havayolu Uçak Filosu İstatistikleri', <http://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/4547-istatistikler> (30.04.2018).
- The Telegraph (2017), 'No passports, more turbulence and standing cabins – 18 ways flying is going to change', <https://www.telegraph.co.uk/travel/lists/the-future-of-flying/> (30.04.2018).
- Yayar, R. ve Tekin, B. (2015), 'Türkiye'de Ulaşım Sektörünün Gelişimi ve Havayolu Firma Tercihinin Belirleyicileri: İzmir İlinde Bir Uygulama', *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 15, Sayı: 4, ss. 539-550.
- Yaylalı, M. ve Dilek, Ö. (2009), 'Erzurum'da Yolcuların Havayolu Ulaşım Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Tespiti', *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt XXVI, Sayı 1, ss. 1-21.
- Yıldız, O. ve Erdil, T. S. (2013), 'Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlenmesi', *Öneri Dergisi*, C.10, S.39, ss. 89-100.