

Yüksek Hızlı Tren (YHT) Yolcularının Kişisel Değişkenler Açısından Memnuniyet Algılamalarının Değerlendirilmesi

A Research on High Speed Train (HST) Passengers' Perception of Satisfaction in Scope of Tourism Transportation

Yaşar SARI*, **Arzu KILIÇLAR****, **Cihan SEÇİLMİŞ*****

* Doç.Dr., Osmangazi Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Meşelik Kampüsü, 26480 Eskişehir.

E-posta: ysari@ogu.edu.tr

** Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Gölbaşı, 06100 Ankara.

E-posta: karzu@gazi.edu.tr

*** Yrd.Doç.Dr., Osmangazi Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Meşelik Kampüsü, 26480 Eskişehir.

E-posta: csecilmis@ogu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi : 15 Mart 2011

Birinci düzeltme : 21 Temmuz 2011

İkinci düzeltme : 16 Ağustos 2011

Kabul : 17 Ağustos 2011

Anahtar sözcükler:

Yüksek hızlı tren,
Turizm, Ulaştırma,
Memnuniyet.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted : 15 March 2011

Resubmitted : 21 July 2011

Resubmitted : 16 August 2011

Accepted : 17 August 2011

Key words:

High speed train,
Tourism,
Transportation,
Satisfaction.

ÖZ

Bu çalışmada, Yüksek Hızlı Tren (YHT) projesi uygulamasıyla Dünya'da ilk sekiz, Avrupa'da ilk altı ülke içinde yer alan Türkiye'de yolcuların YHT'den ve YHT'de sunulan hizmetlerden memnuniyet düzeylerini ortaya koymak ve kamu otoriteleri tarafından geliştirilen yeni ulaştırma stratejilerinin kamuoyu tarafından ne şekilde algılandığını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma YHT'yi kullanan 762 yolcuya anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan ANOVA ve t testi sonuçlarına göre, araştırmaya katılan yolcuların en yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları iki etken koltukların temizliği ve personelin güler yüzlü, yardımsever davranışları olarak tespit edilmiştir. Memnuniyet veya şikâyetle ilgili konular cinsiyet, yaş ve gelir değişkenlerine göre farklılık göstermezken aynı konuların meslek, eğitim ve seyahat amacına göre önem arz ettiği belirlenmiştir. Ayrıca, seyahat edilen sınıfın da müşteri memnuniyetini belirlemede önemli bir etken olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

This survey was carried out in Turkey that ranks eight in the world and sixth in Europe with its high speed train project. The survey aims to determine the extent to which high speed train (HST) passengers are satisfied with high speed train and the services these passengers receive. This survey also attempts to shed light on how public perceives the new transportation strategies developed by authorities in Turkey. Data were collected through questionnaires applied to 762 passengers of high speed train. The findings of the ANOVA and T tests suggest that passengers are mostly content with the cleanliness of the seats and smiling and helpful manners of the staff. The issues involving satisfaction or complaint are independent of variables such as gender, age, and income whilst these issues hold importance with respect to occupation, education and travel purposes of passengers. In addition, the findings of the survey reveal that travel class is an important factor in determining customer satisfaction.

GİRİŞ

Ülke ekonomilerinin artan rekabet ortamında büyüme devam edebilmesi katma değeri ve çarpan katsayısı, yüksek sektörlerdeki başarısına bağlıdır. Özellikle, hizmet sektörü ve alt sektörlerindeki gelişmeler aynı zamanda ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin de bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda hizmetler sektörünün bir alt sektörü olarak değerlendirilen turizm sektörünün ülke ekonomilerindeki yeri ve önemi tartışılmaz. Sektörde dağıtım kanalının ters işlemesinden dolayı önemi artan ulaştırma imkânlarının aynı zamanda ulaştırma güvenliği açısından kamu ya da yerel

yönetimler için de son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Yeterli, güvenli, konforlu ve ucuz ulaşımın her türlü üretim ve ticari faaliyet alanında olmazsa olmaz şartlardan biri olduğu ifade edilebilir. Ancak söz konusu turizm sektörü olduğunda ulaşım sektörünün önemi bir kat daha artmaktadır.

TÜİK verilerine göre (2010) Türkiye'deki iç turizm açısından düşünüldüğünde, AB ortalamasının çok üstünde olan % 98,3'lük oranla karayolu en çok tercih edilen ulaşım yoludur. Bunun en önemli nedeni Türkiye'de az gelişmiş olan diğer ulaşım yollarının gidemediği her yere karayolu ile ulaşmanın mümkün olmasıdır. Son yıllarda Türk Hava

Yollarının (THY) yeni stratejileri ve artan rekabet ortamında fiyatların daha makul seviyelere gerilemesiyle hava yolları % 2,1'lik oranla en çok tercih edilen ulaşım yolları içinde ikinci sırada yer alırken yeniden yapılandırılmaya çalışılan demir yolları ise %1,7 ile üçüncü sırada yer almaktadır. İç turizm için turistik amaçlı seyahatlerde kullanılan denizyolu ulaşımı % 0,01'lik oranla son sırada yer almaktadır.

Ulaştırma sektöründe yaşanan dengesiz dağılım, düşük verimlilik ve can güvenliği zafiyeti, kamu otoritesini farklı stratejiler üretmeye zorlarken, bireylerin de bu konuya olan hassasiyetlerini arttırmıştır. Kısa dönemde ulaştırma sektörünün verimliliğinin ve güvenliğinin artırılması önemli bir gündem maddesi haline gelmiştir. Ne var ki geliştirilen yeni stratejilerin ya da ulaştırma yöntemlerinin faydalı olabilmesi, hizmeti alan taraf olan yolcuların memnuniyetinin de sağlanmasıyla mümkündür. Aksi halde, yeni ulaştırma yöntemleri için yapılacak büyük yatırımların verimliliği istenilen ya da kabul edilebilir düzeyin altında kalacaktır.

Gelişmiş ülkelerde ulaştırma sistemleri içerisinde ucuz ve güvenli olması sebebiyle önemli bir yere sahip olan demir yolları, Türkiye'de özellikle 2003 yılından sonra yeniden yapılanma süreci ile birlikte hızlı bir gelişim göstermiştir. Günümüzdeki gelişmeler doğrultusunda hat kapasitesindeki artış ile birlikte artan hız ve taşıma kapasitesi Türkiye'de de demir yollarının önümüzdeki dönemlerde istenilen seviyelere çıkacağını göstermektedir. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) son dönemde yaptığı yatırımlarla daha etkin ve hızlı yolcu taşımacılığını sağlamak adına ciddi adımlar atmıştır. Bu atılımın en önemli ayağını ise Yüksek Hızlı Tren (YHT) projeleri oluşturmaktadır. Yüksek teknolojiye sahip güvenli hatlarda ve konforlu yolculuk yapma imkânı sağlayan hızlı trenlerde klima, video, TV müzik sistemi, engelliler için donanım, yiyecek-içecek hizmetleri, kapalı devre görüntü kayıt sistemi, vakumlu tuvaletler müşterilerin memnuniyeti göz önüne alınarak tasarlanmıştır (TCDD 2009; TCDDa 2010; TCDDb 2010).

Bu yeni atılımların etkinliğini saptayabilmek için bu alanda yapılacak çalışmalar oldukça önemlidir. Özellikle, demir yolu ulaşımını tercih eden yolcular dikkate alınarak yapılacak araştırmaların sonuçları, demir yolu ulaşım hizmetlerinin geliştirilebilmesi açısından da önemlidir. Bu yolcuların demir yollarında verilen hizmetlerle ilgili algısının ölçülmesiyle, sorun bulunan alanların belirlenmesi

ve hizmetlerin geliştirilmesi mümkün olabilecektir. Bu noktadan hareketle, bu araştırmanın amacı, YHT ile seyahat etmeyi tercih eden yolcuların, aldıkları hizmet ile ilgili memnuniyet algılarının kişisel özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını ölçebilmektir. Çünkü memnuniyet algılarının kişisel özelliklere göre farklılaşması yolculara sunulacak hizmetlerin de farklılaşması anlamına gelmektedir. Örneğin memnuniyet algısı cinsiyete göre farklılık gösteriyorsa hızlı trende sunulan hizmetler cinsiyet bazında farklılaştırılarak memnuniyet düzeyi daha da yükseltilebilir. Örneğin bayanlar için magazin ağırlıklı gazete satışlarına ağırlık verilirken erkekler için spor ağırlıklı gazete satışları daha ön plana çıkarılabilir. Bu bağlamda kişisel değişkenlere göre memnuniyet algısı sunulacak hizmetler için de temel oluşturmaktadır. Bu nedenle de kişisel değişkenlere göre memnuniyet algısının ölçülmesinin önemli bir araştırma konusu olduğu düşünülmektedir.

YAZIN TARAMASI

Kalite kavramı 1980'lere kadar daha çok teknik kalitenin yükseltilmesi, defoların nedenlerinin keşfedilmesi ve onların azaltılması gibi somut ürünlerin kalitesi anlamında kullanılmakta iken, Grönroos (1984) daha önce hiç hizmet kalitesi modelinin olmadığını söylediği makalesiyle hizmet kalitesi literatürüne ilk modeli sunmuştur. Grönroos (1984), bu makalesinde hizmet kalitesini, müşterilerin beklentileri ile algılanan hizmet arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi şeklinde tanımlayarak, hizmet kalitesinin bileşenlerini teknik, fonksiyonel ve itibar kalite şeklinde açıklamıştır. Teknik kalite, sunulan hizmetin çıktıları ile ilgilidir. Fonksiyonel kalite sunulan hizmet süreci ile ilgilidir. İtibar kalitesi ise, hizmet sunan işletmenin genel imajı ile ilgilidir.

Hizmetlerin sahip olduğu farklı özellikleri nedeniyle kolayca ölçülememesi, bunun yanında hizmet sektörünün artan önemi araştırmacıları, hizmetlerin ölçülebilmesini sağlayan yeni arayışlara yöneltmiştir. Hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde yapılan araştırmaların birçoğu, Grönroos'un yaklaşımından hareketle Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilen öncü çalışmadan etkilenmektedir. Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) 1985 yılında yaptıkları çalışmalarında hizmet kalitesini etkileyen unsurları belirlemeye yönelik bir model ortaya koymuşlardır. Hazırladıkları ölçekle hizmet kalitesinin fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati olarak beş boyutta ölçü-

lebileceğini ortaya koymuşlardır. SERVQUAL ölçüğü çok sık kullanılmasına rağmen hizmet kalitesi ölçümündeki tutarsız paradigmalarıyla ilgili bazı noktalardan eleştirilmiştir (Teas 1993; Cronin ve Taylor 1994; Chen vd. 2009).

Müşterinin beklentileri karşısında hizmet seviyesinin ne kadar iyi bir şekilde gerçekleştirilebildiğinin bir ölçüsü olarak iyi hissetme veya hoşnutluğu ifade eden psikolojik bir kavram olarak tanımlanan müşteri memnuniyeti ya da müşteri tatmini ise işletmeler için de üzerinde sıkça durulan önemli stratejilerden biridir (Parasurman vd. 1988; Pizam ve Ellis 1999; Eroğlu 2005). Parasurman vd. göre (1994) müşteri memnuniyeti genellikle bir seferlik alışverişlerdeki müşteri tatminidir. Hizmet kalitesi daha uzun bir süreçtir. Hizmet kalitesi birçok alışveriş sonrasında müşteride oluşan genel kalite algısıdır. Müşteri tatmini kavramına ilişkin literatürdeki çalışmaların çoğunda genel kabul görmüş yaklaşım, Oliver'ın 1980 yılında yayınladığı çalışmasında ortaya koyduğu onaylanmayan beklentiler modelidir. Bu modele göre müşteri tatmini, müşterinin satın alma öncesi beklentileriyle, ürün veya hizmetin satın alma sonrası performansını karşılaştırması sonucu belirlenmektedir.

Küreselleşmeyle birlikte rekabetin yoğunlaştığı bir ortamda, müşteri odaklı düşünme ve bunun sonucu olarak sadık müşteriler oluşturma işletmeler açısından gittikçe önem kazanmaktadır. Sadık müşterilere sahip olmak firmaların rekabet gücü açısından vazgeçilmez bir unsurdur (Piplani ve Fu 2005; Avcıkurt ve Köroğlu 2006).

Koşulsuz müşteri tatmini olarak açıklanan müşteri odaklılık, hem satış sırasında ve sonrasında müşterinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamayı hem de müşteri tatminini sürekli kılmayı amaçlar. Bu yolla memnun olan müşterinin ürün ya da hizmeti aynı sağlayıcıdan alma eğilimi göstermesi ve sadık müşteriler haline gelmeleri sağlanabilecektir (Kırım 1999; Xu vd. 2002; Öçer ve Bayuk 2001). Lin ve Wang'a göre (2006) böylece eski müşteriyi elde tutma maliyeti yeni müşteri kazanma maliyetine göre daha düşük ve cazip düzeyde kalacaktır.

Galbreath ve Rogers (1999), bir işletmenin sadık müşterilerinin olmasının, etkili bir müşteri memnuniyeti stratejisi ile mümkün olacağını savunmaktadır. Heskett vd. göre (1994) sadık müşteriler, bağlı oldukları işletmelerin özellikle fiyatta yaptıkları değişimlere daha az duyarlı kalmaktadır. Buna göre, sadık müşteriler çevrelerindeki insanlara bağlı oldukları işletmeler hakkında olumlu tavsi-

yelerde bulunarak işletmenin tanınmasına yardımcı olurlar. Böylece, işletmeler yeni müşteriler için daha az zaman harcayarak aynı zamanda sadık müşterilere de sahip olabilmektedirler.

Literatürde yolcuların memnuniyetlerini belirlemeye yönelik az sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların da büyük bir kısmı karayolu ve havayolu örnekleminde yapılmıştır. Alniaçık ve Özbek (2009), yolcuların otobüs ile yolcu taşımacılığı yapan bir işletmeden beklediklerini hizmetin alt boyutları ile ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları, yolcuların bir otobüs işletmesinden bekledikleri hizmet düzeyi ile aldıkları hizmet düzeyi arasında olumsuz yönde bir fark olduğunu ve bu farkın hizmet kalitesinin güvenilirlik ve duyarlılık boyutları açısından daha fazla olduğunu göstermiştir. Okumuş ve Asil (2007) havayolu yolcularının beklentilerinin memnuniyet düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemiş ve yolcuların sosyodemografik özelliklerinin farklılıklarını belirlemiştir. Yerli yolcuların genel memnuniyetleri üzerinde etkili olan faktörler fiziksel unsurlar ve empati olurken, yabancı yolcuların genel memnuniyetleri üzerinde etkisi olan faktörler güvenilir personel, anında hizmet, müşteriyi tanıma/anlama ve inanırlılık olarak saptanmıştır. Duman vd. (2007), karayolu yolcu taşımacılığı hizmetlerinde hizmet kalitesi, hizmet değeri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkileri üzerine yaptıkları araştırmalarında, karayolu ulaştırma hizmetlerine yönelik kalite algısının yazıhane-servis-terminal hizmetleri, seyahat süresinde alınan hizmetler ve mola yeri hizmetleri olmak üzere üç temel boyuttan oluştuğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca, araştırma sonucunda sadakatin en güçlü belirleyicisinin hizmet kalitesi olduğunu saptamışlardır. Baysal ve Engin (2004), Konya hafif raylı ulaşım sisteminde servis kalitesini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmalarında; tramvay sisteminden müşterilerin beklentilerini ortaya koymuşlardır. Servis kalitesinin ölçümünde *Servqual Yöntemini* kullanmışlardır. Tan ve Bektaş (2002), şehirlerarası ulaşım hizmeti sunan firmaların mevcut durumunu saptamak, sorunlarını belirlemek ve bu konuda firma sahiplerine yardımcı olacak sonuçlara ulaşmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Keskin (1998), Erzurum'da belediye toplu taşımacılık hizmetlerinden faydalanan Atatürk Üniversitesi öğrencilerinin, hizmetle ilgili beklentilerini ve şikâyetçi oldukları konuları araştırarak, hizmetin kalitesi hakkında bir değerlendirme yapmıştır.

Yabancı literatürde daha önce yapılan çalışmalarda yolcu taşımacılığında hizmet kalitesi, memnuniyet, pazar payları ve talep arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Ancak Ostrowski vd. (1993), Sultan ve Simpson (2000), Suzuki vd. (2001), Aksoy vd. (2003), Park vd. (2004), Barros vd. (2007), Bonilla ve Bonilla (2008) ve Chen (2008) tarafından yapılan bu araştırmalarda havayolu taşımacılığını tercih eden yolculara, iyi ürün ya da hizmet sunumunun müşteri memnuniyetini ve tekrar satın alma kararını etkilediğini göstermektedir.

Hızlı tren konusunda yapılan birçok çalışmada hızlı tren ve demir yolu hattına ilişkin teknik özellikler üzerinde durulmuştur (Baron vd. 2001; Ju ve Lin 2003; Zhang vd. 2006; Ju 2007; Takemiya 2008; Galvín ve Domínguez 2009; Gupta vd. 2010; Doi vd. 2010). Hızlı tren örnekleminde demir yolları yolcularının memnuniyet algılamaları ve bu algılamaların oluşmasındaki etkenler üzerine çok az araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalarda, Nathanael (2008) altı grupta 22 ölçüt ile demir yollarında yolcuların memnuniyetini ölçerek hizmet kalitesinin geliştirilmesini öngören bir çerçeve sunmuştur. Cox vd. (2006), uzun tren yolculukları için strese bağlı olarak değişen yolcu güvenliği kavramını incelemiştir. Roman vd. (2007) ise Madrid ve Barcelona arasında hizmet veren YHT ile havayollarının yolcularını memnuniyet düzeyleri ve tercih nedenleri açısından kıyaslamışlardır. Chou vd. (2011) genel memnuniyet, uygun fiyat ve bilet hizmeti sistemi olmak üzere üç değerlendirme göstergesi ile bir yolcu memnuniyeti indeksi önermişlerdir.

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan "yargısal örnekleme" yöntemi kullanılmıştır. Şimşek ve Yıldırım'a göre (2004), bu örnekleme de bir tür kolayda örneklemedir. Yargısal örnekleme, örneklemin araştırmacının kişisel arzu, düşünce ve deneyimlerine göre seçilmiş olduğu örneklemedir. Bu yöntemin kolayda örneklemeden farkı, örneklem seçimi için araştırmacının belirli ölçütler belirlemesi ve bu ölçütlerin temsili bir örneklem oluşturacak ölçütler olduğuna inanıyor olmasıdır. Bu örnekleme yöntemindeki amaç, çeşitlilik arz eden durumlar arasında ne tür ortaklıkların ve benzerliklerin var olduğunu bulmaktır. Araştırma Eskişehir-Ankara ve Ankara-Eskişehir arasında hızlı tren ile seyahat eden yolcuları kapsamaktadır. Söz konusu yolcuların kişisel değişkenler bağlamında ne tür benzerlikler ya da

farklılıklar gösterdiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Buradan hareketle araştırmanın ana hipotezi H₁: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları kişisel değişkenlere göre farklılık gösterir biçimde ifade edilmiştir. Bu ana hipotezden de aşağıdaki alt hipotezler üretilerek test edilmiştir.

- H_{1.1}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları cinsiyete göre farklılık gösterir.
- H_{1.2}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları seyahat edilen sınıfa göre farklılık gösterir.
- H_{1.3}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları mesleğe göre farklılık gösterir.
- H_{1.4}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları eğitim durumuna göre farklılık gösterir.
- H_{1.5}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları aylık gelire göre farklılık gösterir.
- H_{1.6}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları yaşa göre farklılık gösterir.
- H_{1.7}: YHT yolcularının memnuniyet algılamaları seyahat amacına göre farklılık gösterir.

VERİ TOPLAMA

2010 yılının Ocak ayından itibaren kapsamlı bir araştırma ve yazın taraması yapılarak anket uygulamaları içeren yerli ve yabancı kitap, makale, dergi ve tezlerden uygun görülenler, anketlerin hazırlanmasında kullanılmıştır (Nathanael 2007; Okumuş ve Asil 2007; Chen 2008; TCDD 2010a). Böylece verilerin toplanması için kullanılan ve uygulamanın esasını oluşturan anketlerin hazırlığı tamamlanmıştır. Ek olarak, Türkiye'de konuyla ilgili anket çalışması yapan birçok araştırmacıya elektronik posta yoluyla ulaşılarak fikirleri alınmıştır. Ayrıca, TCDD'de görevli konuyla ilgili personelin de görüşü alınarak ortak bir fikir çerçevesinde anket formuna son şekli verilmiştir.

Ankette yer alan soruların tamamı kapalı uçlu olarak düzenlenmiş, araştırmaya katılanların konuyla ilgili belirtmek istedikleri farklı fikir ya da görüşlerini yazmaları amacıyla da anketin sonuna açık uçlu bir soru konulmuştur. Tamamı bir sayfa olan ve toplam 27 sorudan oluşan anket formunda yer alan ilk dokuz soru kişisel değişkenlere ait bilgileri toplamak üzere düzenlenmiştir. Diğer sorular 5'li Likert Ölçeği'ne uygun olarak tercih nedenleri ve memnuniyet düzeyleriyle ilgili analizler yapmaya elverişli şekilde hazırlanmıştır.

Çalışmada, anket formlarının hazırlık ve kontrol işlemlerinin bitmesinin ardından her bir soruda elde edilmesi amaçlanan bilginin elde edilip edilme-

diğini, tüm kelimelerin anlaşılıp anlaşılmadığını, tüm soruların araştırmaya katılanlar tarafından aynı şekilde yorumlanmış olup olmadığını, kapalı uçlu soruların seçeneklerini, araştırmaya katılanların görüşlerini tam olarak yansıtıp yansıtmadığını, soruların, insanları yanıtlama konusunda motive edip etmediğini, sorulara anlaşılır ve doğru şekilde karşılık verilip verilmediğini, sorulardan ön yargı içerenlerin olup olmadığını ve anketin güvenilirlik düzeyini kontrol etmek amacıyla pilot uygulama yapılmasının uygun olacağı kanısına varılmıştır. Pilot uygulama 05.02.2010 tarihinde saat 18:00'de Eskişehir'den Ankara yönüne hareket eden trende gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama 15 adet *business class* 55 adet de *economy class* olmak üzere toplam 70 adet anket ile gerçekleştirilmiştir.

Pilot uygulama sonucunda, anket formunda yer alan sorularla ilgili bazı harf ve kelime hatalarının dışında ifade olarak önemli bir hata olmadığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte anketleri yanıtlayanların önerileri doğrultusunda uzun olan ya da anlaşılmasında güçlük çekilen bazı soruların ifadelerinde düzeltmeler yapılmıştır. Bu aşamada elde edilen veriler Cronbach-Alpha yöntemi kullanılarak güvenilirlik testine tabi tutulmuş ve güvenilirlik değeri 0,837 bulunmuştur. Bu değer, araştırmada kullanılan ölçeğin istatistik literatüründe belirtilen en yüksek güvenilirlik aralığında yer aldığını göstermektedir. Pilot uygulamadan elde edilen sonuçlar ışığında anket formuna son şeklinin verilmesinin ardından gerçek uygulamada kullanılacak olan anketlerin basım işlemleri süratle tamamlanarak anket uygulamasına başlanmıştır.

Uygulama TCDD'de görevli, ilgili şube müdürü nezaretinde anketlerin yüksek hızlı tren personeli tarafından yolculara dağıtılması ve daha sonra da aynı kişiler tarafından toplanması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Anketlerin temsili açıdan sağlıklı, adil ve dengeli sonuçlar vermesi bağlamında, anketlerde hem Ankara-Eskişehir yönünde yolculuk yapanların hem de Eskişehir-Ankara yönünde yolculuk yapanların eşit oranlarda temsil edilmesine gayret edilmiştir. Ayrıca, yolcu profillerinin farklı olabileceği düşünülerek anketler haftanın farklı günlerinde ve farklı saatlerde olmak üzere 09.02.2010-15.02.2010 tarihleri arasında bir haftalık süreyi kapsayacak şekilde her gün sabah 07:00, öğle 11:00 ve akşam 18:00 saatlerinde Eskişehir-Ankara ve Ankara-Eskişehir yönünde hareket eden trenlerde gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması süresince 800 kişiden yanıt alınmış eksik ve yanlış

doldurulan anketlerin elenmesi sonucu 762 adet ankete ait verinin istatistiksel analizlerde kullanılmaya elverişli olduğu görülmüştür.

Evreni temsil edecek sayının belirlenmesinde $n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$ formülü kullanılmaktadır (Yaman 2001). TCDD Genel Müdürlüğü istatistiklerine göre aylık yolcu sayısının yaklaşık 130.000 kişi olduğu saptanmıştır. Buna göre örneklem sayısının yukarıdaki formül kullanılarak hesaplandığında en az 383 olması gerekmektedir. Cevaplanan ve değerlendirmeye tabi tutulan anket sayısı 762'dir. Yukarıdaki örneklem sayısı formülündeki sonuca göre bu değer evreni temsil edebilecek yeterliliktedir. Bu çalışmanın genel sonuçlarının dayandığı anketlerin uygulanış tarihleri, uygulamanın yapıldığı tren yönü, uygulama saatleri ve anket adetleri şu şekildedir:

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma bulgularında ilk olarak kişisel özelliklere ilişkin tanımlayıcı istatistiklerin sonuçları yer almaktadır. Daha sonra güvenilirlik ve geçerlilik analizleri ve hipotezlerin test sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 2'de ankete katılanların demografik özelliklerine göre dağılımı görülmektedir. Buna göre ankete katılan yolcuların %66,5'i erkek %33,5'i ise kadındır. Yaş gruplarına göre dağılıma bakıldığında %33,6 ile 16-25 yaş grubu en yüksek orana sahiptir. Bunu %27,2 ile 26-35 ve %17,0 ile 36-45 yaş grupları izlemektedir. 16-25 yaş grubunun yoğunluğu hızlı trenin özellikle üniversite öğrencileri için Ankara-Eskişehir hattında tercih edilen bir ulaşım aracı olduğunu düşündürmektedir ki bu durum meslek gruplarının frekans dağılım oranlarıyla doğrulanmaktadır. %32'lik bir oranla öğrenciler, %30,9 oran ile memurlar ve %12,9 orana sahip bir payla da serbest meslek sahipleri YHT'yi seçen ilk üç gruptur. Öğrenim durumu açısından bakıldığında YHT yolcularının %46,1'inin dört yıllık bir yüksek öğrenim kurumundan mezun oldukları belirlenmiştir. Önlisans, lisans ve lisansüstü dereceye sahip yolcuların oran olarak toplam yolcular içindeki payı %78,9'dur. Benzer bir durum 'Aylık gelir' miktarlarında da kendini göstermektedir. YHT yolcularının %20,7'sinin aylık geliri 2501 TL'nin üzerinde iken toplam yolcuların %50,8'inin gelirinin ise 1501 TL'den daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bütün bu veriler ışığında YHT yolcularının genç, eğitim, kültür ve ekonomik refah seviyeleri yüksek bireylerden oluşan bir kitle olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu ve benzeri özelliklere sahip

Tablo 1. Kullanılan Anket Sayısı

Tren Yönü	Tarih ve Gün	Uygulama Saati	Anket Adedi
Eskişehir-Ankara	09.02.2010 - Salı	07:00	47
Eskişehir-Ankara	09.02.2010 - Salı	11:00	44
Eskişehir-Ankara	09.02.2010 - Salı	18:00	43
		<i>Toplam</i>	<i>134</i>
Eskişehir-Ankara	10.02.2010 - Çarşamba	07:00	44
Eskişehir-Ankara	10.02.2010 - Çarşamba	11:00	36
Eskişehir-Ankara	10.02.2010 - Çarşamba	18:00	46
		<i>Toplam</i>	<i>126</i>
Ankara-Eskişehir	11.02.2010 - Perşembe	07:00	42
Ankara-Eskişehir	11.02.2010 - Perşembe	11:00	39
Ankara-Eskişehir	11.02.2010 - Perşembe	18:00	34
		<i>Toplam</i>	<i>115</i>
Ankara-Eskişehir	12.02.2010 - Cuma	07:00	22
Ankara-Eskişehir	12.02.2010 - Cuma	11:00	42
Ankara-Eskişehir	12.02.2010 - Cuma	18:00	46
		<i>Toplam</i>	<i>110</i>
Ankara-Eskişehir	13.02.2010 - Cumartesi	07:00	40
Ankara-Eskişehir	13.02.2010 - Cumartesi	11:00	31
Ankara-Eskişehir	13.02.2010 - Cumartesi	18:00	32
		<i>Toplam</i>	<i>103</i>
Eskişehir-Ankara	14.02.2010 - Pazar	07:00	32
Eskişehir-Ankara	14.02.2010 - Pazar	11:00	22
Eskişehir-Ankara	14.02.2010 - Pazar	18:00	48
		<i>Toplam</i>	<i>102</i>
Eskişehir-Ankara	15.02.2010 - Pazartesi	07:00	33
Eskişehir-Ankara	15.02.2010 - Pazartesi	11:00	23
Eskişehir-Ankara	15.02.2010 - Pazartesi	18:00	16
		<i>Toplam</i>	<i>72</i>
		<i>Genel Toplam</i>	<i>762</i>

bir müşteri ya da yolcu kitlesinin hem ülke ortalamalarının üzerinde hem de memnun edilmesi zor bir profil olduğunu belirtmek gerekir.

Tablo 3, ankete katılanların seyahat tercihlerine göre dağılımı ile ilgili verileri içermektedir. Yolcuların %37,7'si ayda bir kez YHT ile seyahat ederken, bunu %21,0 ile haftada bir ve %14,3 ile haftada birden çok seyahat edenler izlemektedir. Yolcuların seyahat etme amacına göre dağılımlarına ilişkin

değerler incelendiğinde %86,8'inin iş, öğrenim ya da turistik amaçlarla seyahat ettikleri görülmektedir. Söz konusu dağılım değerleri oransal olarak incelendiğinde ise %31,2 ile ilk sırayı gezi/ziyaretin aldığı, %33,3 ile işin ikinci sırada ve %22,3 ile öğrenim amacının üçüncü sırada geldiği görülmektedir. YHT'den önce kullanılan seyahat araçları ile ilgili değerler arasında %55,3 ile otobüs en yüksek orana sahiptir.

Tablo 2. Ankete Katılanların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Erkek	504	66,5
Bayan	254	33,5
Toplam	758	100
Yaş		
16-25	252	33,6
26-35	204	27,2
36-45	128	17,0
46-55	112	14,9
56+	55	7,3
Toplam	751	100,0
Öğrenim Durumu		
İlkokul	19	2,5
Ortaokul	31	4,1
Lise	110	14,6
Ön Lisans	85	11,3
Lisans	348	46,1
Lisansüstü	162	21,5
Toplam	755	100,0
Aylık Gelir Durumu		
0-500 TL	131	18,3
501-1000 TL	109	15,3
1001-1500 TL	111	15,5
1501-2000 TL	122	17,1
2001-2500 TL	93	13,0
2501+	148	20,7
Toplam	714	100,0
Meslek		
Memur	234	30,9
İşçi	58	7,7
Emekli	71	9,4
Öğrenci	242	32,0
Esnaf	28	3,7
Serbest	98	12,9
Ev hanımı	19	2,5
İşsiz	7	0,9
Toplam	757	100,0

Tablo 3. Ankete Katılanların Seyahat Tercihlerine Göre Dağılımı

Seyahat Sıklığı	n	%
Haftada 1'den çok	108	14,3
Haftada bir	159	21,0
Ayda bir	285	37,7
Üç ayda bir	89	11,8
Altı ayda bir	34	4,5
Yılda bir	21	2,8
Diğer	60	7,9
Toplam	756	100,0
Seyahat Amacı		
İş	253	33,3
Öğrenim	169	22,3
Gezi/Ziyaret	237	31,2
Sağlık	39	5,1
Diğer	61	8,0
Toplam	759	100,0
Trenden Önce Kullanılan Araç		
Özel Otomobil	216	28,6
Tren	121	16,0
Otobüs	417	55,3
Toplam	754	100,0
Genellikle Seyahat Edilen Sınıf		
Business class	139	18,4
Economy class	618	81,6
Toplam	757	100,0

Özel otomobilleriyle seyahat eden yolcular (%28,6) da dahil edildiğinde, YHT'nin yolcularının %83,9'unun karayollarından demir yollarına geçiş yaptığı görülmektedir ki, bu durum hem YHT'nin demir yollarının cazibesini artırma gücünü göstermesi açısından hem de karayollarının güvenliğini artırması açısından son derece dikkat çekicidir. En çok tercih edilen seyahat sınıfı %81,6 ile *economy class* olurken, %18,4 ile *business class* ikinci sırada yer almaktadır.

Güvenirlilik ve Geçerlilik

Araştırma ölçeğinin yapı geçerliğini belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinin-

Tablo 4. YHT Memnuniyeti Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktörler				
Faktör 1: Yiyecek-İçecek ve Eğlence Hizmetleri	1	2	3	4	5
Yüksek Hızlı Trende sunulan yiyecek-çecek hizmet fiyatları uygundur.	,793				
Yüksek Hızlı Trende sunulan yiyecek-çecek hizmetleri yeterlidir.	,671				
Vagonlarda verilen yiyecek içecek hizmetlerinin sunum tarzından memnunum.	,669				
Yüksek Hızlı Trendeki müzik ve video hizmetleri yeterlidir.	,602				
Yüksek Hızlı Trende sunulan yiyecek-çecekler hijyeniktir.	,583				
Faktör 2: Temizlik					
Yüksek Hızlı Trende tuvaletler ve lavabolar temizdir.		,772			
Yüksek Hızlı Trendeki koltuklar temizdir.		,720			
Yüksek Hızlı Trende vagon içi havalandırma yeterlidir.		,649			
Faktör 3: Personel					
Yüksek Hızlı Tren personeli nazik, güler yüzlü ve yardımseverdir.			,812		
Yüksek Hızlı Tren personeli işinde profesyonel ve güven vericidir.			,784		
Yüksek Hızlı Trene binış sırasında yönlendirme hizmeti yeterlidir.			,561		
Faktör 4: Rezervasyon ve Bilgilendirme					
Kalkış / varış ekranı ve anonslar seyahat hakkında yeterli bilgiyi sunmaktadır.				,849	
Yüksek Hızlı Tren bilet satış ve rezervasyon işlemleri hatasız yapılmaktadır.				,728	
İnternette sunulan bilgi, rezervasyon ve bilet satış hizmetleri seyahatimi kolaylaştırıyor.				,670	
Faktör 5: Konfor					
Yüksek Hızlı Trenlerin ses yalıtım sistemi yeterlidir.					,762
Yüksek Hızlı Trendeki koltuklar rahat ve konforludur.					,566

Açıklanan Varyans = 61,369 KMO = ,865 Barlett testi $p < .05$

den önce, elde edilen verilerin normal dağılım göstermediği Kolmogorov-Smirnov Z testi ile kontrol edilmiştir. Elde edilen değerler, verilerin bazılarının normal dağılım göstermediğini ortaya koymuştur. Normal dağılım göstermeyen söz konusu bu değişkenlere, logaritmik dönüştürme işlemi uygulanmıştır. Dönüştürme işlemi sonrasında değişkenlerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiş ve faktör analizine geçilmiştir. Öncelikle, araştırmada faktör analizi için gerekli olan KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) örneklem yeterlilik katsayısı 0,865 ve evren korelasyon matrisinin birim matris olmadığını gösteren Barlett testinin P değeri (0,000) belirlenmiştir. Faktör analizinin geçerliliğini daha baştan gösteren KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) testi, örneklem yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup örnek büyüklüğü ile ilgilendir. Yavuz'a göre (2007) bu testin sonucu bir oran olup % 60,0'ın üstünde olması arzulanır. Araştırmada ise bu oran % 86,5 olarak belirlenmiş ve istenilen düzeyde olduğu görülmüştür.

Jacobsen'e göre (2002: 49-78) analiz esnasında yapılan oransal değişme (*communalities*) değerlendirilmesiyle ölçek unsurlarından küçük katsayılı olanların ölçekten çıkarılması gerekmektedir. Bu

noktadan hareketle küçük katsayılara sahip olan 14, 16, 18, 23 sıra numaralı ifadeler analizden çıkarılmıştır. Çıkarılan bu ifadeler: "Yüksek Hızlı Tren bileti fiyatları makul ölçülerdedir.", "Yüksek hızlı tren seferleri ihtiyaca cevap verecek sıklıktadır", "Yüksek hızlı trene ödediğim ücretin karşılığını hizmet olarak aldım", "Yüksek Hızlı Tren hareket saatlerinde gecikme yaşanmamaktadır" şeklindeki ifadelerdir. Burada faktör çözümlemesine uygun düşen değişkenlerin analize dahil edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada güvenilirlik analizi de yapılmıştır. Güvenirlik analizi sonucunda

Tablo 5. YHT Yolcularının Cinsiyetlerine ve Seyahat Ettikleri Sınıfa Göre YHT'den Memnuniyet Algılamaları

Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Bay	504	4,04	0,76	0,07	0,94
Bayan	254	4,03	0,69		
Seyahat Edilen Sınıf					
Business class	139	4,21	0,72	3,114	0,002
Economy class	618	3,99	0,74		

Tablo 6. YHT Yolcularının Diğer Kişisel Değişkenlere Göre YHT'den Memnuniyet Algılamaları

Yaş Grubu	n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
0-25	252	3,92	0,73		
26-35	204	4,06	0,73	2,314	0,056
36-45	128	4,09	0,78		
46-55	112	4,10	0,76		
56+	55	4,16	0,63		
<i>Meslek Türü</i>					
Memur	234	4,03	0,78		
İşçi	58	4,17	0,73	2,254	0,028
Emekli	71	4,20	0,62		
Öğrenci	242	3,91	0,72		
Esnaf	28	4,11	0,69		
Serbest	98	4,09	0,77		
Ev hanımı	19	4,32	0,67		
İşsiz	7	4,00	0,58		
<i>Eğitim Durumu</i>					
İlk	19	4,37	0,60		
Orta	31	4,19	0,70		
Lise	110	4,22	0,70	3,556	0,003
Ön lisans	85	4,04	0,66		
Lisans	348	4,00	0,76		
Lisans üstü	162	3,91	0,75		
<i>Aylık Gelir</i>					
0-500 TL	131	3,97	0,72		
501-1000 TL	109	4,06	0,68		
1001-1500 TL	111	4,04	0,71	0,531	0,753
1501-2000 TL	122	4,08	0,69		
2001-2500 TL	93	4,01	0,84		
2500+ TL	148	4,09	0,77		
<i>Seyahat Amacı</i>					
İş	253	3,98	0,77		
Öğrenim	169	3,87	0,71	4,797	0,001
Gezi/Ziyaret	237	4,17	0,71		
Sağlık	39	4,15	0,67		
Diğer	61	4,10	0,68		

Cronbach Alfa 0,837 olarak bulunmuştur. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda ise, ölçeğin faktörler arası korelasyon değerinin 0,000 ile 0,074 arasında

olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ölçeğin ayırt edici (*discriminant*) ve yakınsak (*convergent*) geçerliliğinin bulunduğunun bir göstergesidir. Ortaya

çıkan bu beş faktör, toplam varyansın %61,369'unu açıklamaktadır.

Hipotez Testleri

Tablo 5'te YHT yolcularının cinsiyetlerine göre memnuniyet algılamalarını gösteren analize ait bilgiler yer almaktadır. Söz konusu tablodaki değerlere göre ($p>0,05$) YHT yolcularının memnuniyet algılamaları cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Dolayısıyla $H_{1.1}$ hipotezi reddedilir. Bununla birlikte Tablo 5'te yer alan seyahat edilen sınıfla ilgili p değeri ($p<0,05$) YHT yolcularının memnuniyet algılamalarının seyahat edilen sınıfa göre farklılık gösterdiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla, $H_{1.2}$ hipotezi kabul edilir.

Seyahat edilen sınıflarla ilgili memnuniyet algılamasındaki farklılığın *business class* ile *economy class*'ta sunulan hizmetler arasındaki farklılıklardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Örneğin, *business class*'ta ücretsiz şekilde sunulan ikramlar, *economy class*'ta bir ücret karşılığı satılmaktadır. Buna ek olarak *economy class*'ta hizmet sunumunu yapan personel tarafından yolcuları alıma zorlar şekilde tekrarlanan sesli anonslardan duyulan memnuniyetsizlik, açık uçlu soruda en çok ifade edilen şikâyetlerden biridir. Bu durumun da, seyahat edilen sınıflar açısından, memnuniyet algılamalarının farklılaşmasında önemli bir etken olduğu düşünülmektedir.

Tablo 6'da YHT yolcularının yaş grubu, meslek türü, eğitim durumu, aylık gelir ve seyahat amacı gibi bazı kişisel değişkenlere göre memnuniyet algılamalarını gösteren analize ait bilgiler görülmektedir. Söz konusu tablodaki değerlere göre YHT yolcularının memnuniyet algılamaları yaş gruplarına ve aylık gelire göre farklılık göstermezken ($p>0,05$), meslek türü, eğitim durumu ve seyahat amacına göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla $H_{1.6}$ ve $H_{1.5}$ hipotezleri reddedilirken, $H_{1.3}$, $H_{1.4}$ ve $H_{1.7}$ hipotezleri kabul edilir.

Eğitim seviyesi yükseldikçe, tüketicilerin beklentileri yükselmekte ve yolcuları memnun etmek zorlaşmaktadır. Nitekim seyahat amacına göre yolcuların yüzdelerine bakıldığında %22,3 ile öğrenim önemli bir paya sahiptir. Tablo 2'de ise yolcuların %32'sinin öğrenciler olduğu görülmektedir. Bu öğrencilerin hemen hemen tamamı Eskişehir ve Ankara'da okuyan yüksek öğrenim öğrencileridir. Yapılan *Tukey testinde* bu farkın gezi/ziyaret ile iş ve öğrenim amaçlı YHT'yi tercih etmeden kaynaklandığı tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Türkiye'de ilk kez Ankara-Eskişehir hattında hizmet veren YHT'nin yolcularının memnuniyet algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Memnuniyet algıları ile ilgili çarpıcı sonuçlarla ilgili tartışma ve önerilere aşağıda yer verilmektedir.

Yolcuların demografik özellikleri incelendiğinde erkek, genç, yüksek eğitilmiş, ortalama gelir düzeyinin üzerinde bir profil ortaya çıkmaktadır. Yolcuların büyük bir bölümü ayda bir veya birden fazla kez YHT ile yolculuk etmekte ve iş, öğrenim ya da turistik amaçlarla YHT'yi kullanmaktadır. Aynı zamanda, YHT yolcularının karayollarıyla seyahati terk ederek demir yollarına geçiş yaptığı tespit edilmiştir. YHT yolcularının en yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları iki etken, genel olarak temizlik ve personel davranışlarıdır. Bu etkenlere ilave olarak personelin profesyonelliği, işlemlerin hatasız şekilde gerçekleşmesi YHT'nin hijyenik olması, ödenen ücretin karşılığının alınması, bilet fiyatlarının uygun olması, internet hizmetlerinin varlığı, trenin dakik ve konforlu olması genel anlamda memnuniyet düzeyini arttıran diğer unsurlar olarak belirlenmiştir. Yolcuların memnuniyet düzeyleri, yiyecek-içecek hizmetleri ile müzik ve video hizmetleri söz konusu olduğunda en düşük düzeye gerilemektedir.

Memnuniyet veya şikâyetle ilgili konular cinsiyet, yaş ve gelir değişkenlerine göre farklılık göstermezken aynı konuların meslek, eğitim ve seyahat amacına göre önem arz ettiği belirlenmiştir. YHT yolcularının seyahat amacına ilişkin değerler incelendiğinde (Tablo 3) %22,3 ile öğrenim önemli bir paya sahiptir. Tablo 2'de ise YHT yolcularının %32'sinin öğrenciler olduğu görülmektedir. Bu öğrencilerin hemen hemen tamamı Eskişehir ve Ankara'da okuyan yükseköğrenim öğrencileridir. Bu da eğitim seviyesi yükseldikçe tüketicilerin beklentilerinin yükseldiğini ve yolcuları memnun etmenin zorlaştığını göstermektedir. YHT ile ilgili yeni hizmetler iyileştirilirken ya da yeni hizmetler geliştirilirken bu durum dikkate alınmalıdır. Ayrıca, seyahat edilen sınıfın da müşteri memnuniyetini belirlemede önemli bir etken olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu durum *economy class* ve *business class*'ta farklı fiyatlara farklı hizmetlerin pazarlanmasından dolayı kabul edilebilir bir sonuçtur. En büyük farkın da *business class*'ta tren içinde bilet fiyatına dâhil ücretsiz yiyecek ve içecek ikramlarının yapılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Eğer memnuniyet algılarının her iki seyahat

sınıfında da aynı olması istenirse *economy class*'ta da bilet fiyatına dâhil bazı ikramların ücretsiz yapılması uygun olacaktır. Hızlı tren bağlamında müşteri memnuniyetinin demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediği ile ilgili daha önce yapılmış bir araştırmaya rastlanmakla birlikte elde edilen bu sonuçlar, Ardıç ve Sadaklıoğlu'nun (2009) karayolu taşımacılığında hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin ölçüldüğü benzer araştırmalarıyla eğitim durumlarına göre benzerlik gösterirken cinsiyet ve gelir değişkenleri açısından farklılaşmaktadır.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında büyük önem verilen, sonraki yıllarda bir anlamda unutulmaya yüz tutan demir yolu taşımacılığının YHT uygulamasıyla tekrar popüler bir ulaşım aracı olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir. Yolcuların bir bölümü YHT'den duydukları memnuniyeti ve tüm yurt sathına yayılmasına ilişkin isteklerini ifade etmişlerdir. Karayollarında ortaya çıkan yoğunluğun, özellikle bayram vb. tatil dönemlerinde artış gösteren maddi ve manevi kayıpların azaltılabilmesi için de YHT önemli bir çözüm yolu olarak değerlendirilmektedir. Araştırma sonuçlarından konfora önem vererek kendi aracıyla seyahat edenlerin bile YHT uygulaması ile seyahatlerinde demir yollarını tercih etmeye başladıkları anlaşılmaktadır. Yukarıda ifade edildiği üzere YHT uygulamasının yaygınlaştırılması, konfor, güvenlik ve zamanlama ile ilgili şikâyetler göz önünde bulundurularak geliştirilen önerilerin değerlendirilmesi durumunda ülkenin en köklü kurumlarından olan TCDD'nin yolcu sayısı, tercih edilme sıklığı, yıllık ciro ve kar gibi birçok açıdan THY gibi yeni bir döneme gireceği tartışmasız şekilde ifade edilebilir.

Bu araştırmada, hızlı tren yolcularının memnuniyet algılamalarının kişisel değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ölçülmeye çalışılmıştır. Gelecek çalışmalarda memnuniyeti etkileyen farklı boyutlar açısından da memnuniyet algılamalarının ölçülmesi, hizmetlerin kalitesinin artırılması için yararlı olabilir. Çalışmada yalnızca hızlı tren yolcularının memnuniyet algılamaları araştırılmıştır. Diğer ulaştırma araçlarını tercih eden yolcuların da memnuniyet algılamaları araştırılıp karşılaştırmalı bir çalışma yapılması, ulaştırma sektöründeki rekabet açısından yararlı olabilir. Ayrıca araştırma süreci devam ederken YHT yolcularının memnuniyet algılamalarını etkileyebilecek bazı yeni uygulamaların devreye sokulduğu, bunların da memnuniyet algılamalarını değiştirdiği tespit edilmiştir.

Uygulama değişikliklerine ilişkin süreç tamamlandığında araştırmanın tekrar edilerek yeni duruma göre yeni bir tespitin yapılması yerinde olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aksoy, Ş., Atılgan, E. ve 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.
- Alnaçık, Ü. ve Özbek, V. (2009). Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü- Kandıra Gürkan Turizm Örneği, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 2 (3): 125-138.
- Ardıç, K. ve Sadaklıoğlu, H. (2009). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Tokat Örneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (3): 167-190.
- Avcı Kurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2006). Termal Otel İşletmelerinde Müşteri Sadakatini Artıran Nitelikleri Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (1): 5-16.
- Baron, A., Mossi, M. ve Sibilla, S. (2001). The Alleviation of the Aerodynamic Drag and Wave Effects of High-Speed Trains in Very Long Tunnels, *Journal of Wind Engineering and Industrial Aerodynamics*, 89 (5): 365-401.
- Barros, A. G., Somasundaraswaran, A. K. ve Wirasinghe, S. C. (2007). Evaluation of Level of Service for Transfer Passengers at Airports, *Journal of Air Transport Management*, 13: 293-298.
- Baysal, M. ve Engin, O. (2004). Konya Hafif Raylı Ulaşım Sisteminde Servis Kalitesinin Ölçülmesi, *Z.K.Ü. Karabük Teknik Eğitim Fakültesi Dergisi*, 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. ve 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.
- Chou, J.S., Kim, C., Kuo, Y-C. ve Ou, N-C. (2011). Deploying Effective Service Strategy in the Operations Stage of High-Speed Rail, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47 (4): 507-519.
- Cronin, J.J. ve Taylor, S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, 58: 125-131.
- Cox, T., Houdmont, J. ve Griffiths, A. (2006). Rail Passenger Crowding, Stress, Health and Safety in Britain, *Transportation Research: Part A*, 40: 244-258.
- Çalık, S. (2008). Avrupa Birliği Ulaştırma Politikası ve Türkiye'nin Uyumu (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Avrupa Birliği Anabilim Dalı.
- Doi, T., Takanobu, O., Takanori, M. ve Jiro, K. (2010). Development Of An Experimental Facility for Measuring Pressure Waves Generated by High-Speed Trains, *Journal of Wind Engineering and Industrial Aerodynamics*, 98 (1): 55-61.

- 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.
- Eroğlu, E. (2005). Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Dergisi*, 34 (1): 7-25.
- Galbreath, J. ve Rogers, T. (1999). Customer Relationship Leadership: A Leadership and Motivation Model for the Twenty-First Century Business, *The TQM Magazine*, 11 (3): 162-171.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18 (4): 36-44.
- Gupta, S., Vanden, H.B., Geert, L. ve Geert, D. (2010). Numerical Modelling of Vibrations from a Thalys High Speed Train in the Groene Hart Tunnel, *Soil Dynamics and Earthquake Engineering*, 30 (3): 82-97.
- Heskett, L.J., Thomas, O.J., Gary, W.L., Earl, S.W. ve Leonard, A.S. (1994). Putting the Service Profit Chain to Work, *Harvard Business Review*, 72 (March-April): 164-174.
- Jacobsen, K. S. Jens. (2002). Southern Comfort: A Study of Holiday Style Patterns of Northerners in Coastal Mallorca, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2 (1): 49-78.
- Ju, S.H. (2007). Finite Element Analysis of Structure-Borne Vibration from High-Speed Train, *Soil Dynamics and Earthquake Engineering*, 27 (3): 259-273.
- Ju, S. H. ve Hung, T. L. (2003). Numerical Investigation of a Steel Arch Bridge and Interaction with High-Speed Trains, *Engineering Structures*, 25 (2): 241-250.
- Keskin, G. (1998). Yaşam Kalitesinde Hizmet Kalitesinin Önemi (Belediye Toplu Taşımacılık Hizmetleri Üzerine Bir Uygulama), *Pazarlama Dünyası*, 12 (67): 18-22.
- Kırım, A. (1999). *Yeni Dünyada Strateji ve Yönetim*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Lin, H. H. ve Yi S. W. (2006). An Examination of the Determinants of Customer Loyalty in Mobile Commerce Contexts, *Information & Management*, 43: 271-282.
- Lopez-Bonilla, J. M. ve Lopez-Bonilla, L. M. (2008). Influence of the State-Owned Airlines on Passenger Satisfaction, *Journal of Air Transport Management*, 14: 143-145.
- Nathanail E. (2008). Measuring the Quality of Service for Passengers on the Hellenic Railways, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42 (1): 48-66.
- Okumuş, H. ve Asil, H. (2007). Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1): 152-175.
- Oliver, R. L. (1980). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, *Journal of Retailing*, 57 (3): 25-48.
- Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V. ve Gefforey, L. G. (1993). Service Quality and Customer Loyalty in the Commercial Airline Industry, *Journal of Travel Research*, 32: 16-24.
- Öçer, A. ve Bayuk, N. (2001). Müşteri Memnuniyeti, *Pazarlama Dünyası*, 15 (2): 26-29.
- Parasuraman, A., Zeithaml V.A. ve Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (Spring): 38-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve 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.
- Park, J.W., Rodger, R. ve Cheng L.W. (2004). The Effect Of Airline Service Quality on Passengers' Behavioral Intentions: A Korean Case Study, *Journal of Air Transport Management*, 10: 435-439.
- Piplani, R. ve Yonghui, F. (2005). A Coordination Framework for supply Chain Inventory Alignment, *Journal of Manufacturing Technology Management*, 16 (6): 598-614.
- Pizam, A. ve Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (7): 326-339.
- Román, C., Raquel E. ve Juan C. M. (2007). Competition of High-Speed Train with Air Transport: The Case of Madrid Barcelona, *Journal of Air Transport Management*, 13 (5): 277-284.
- Sultan, F. ve Simpson, M. C. (2000). International Service Variants: Airline Passenger Expectations and Perceptions of Service Quality, *Journal of Services Marketing*, 14: 188-216.
- Suzuki, Y., Tyworth, J. E. ve Novack, R. A. (2001). Airline Market Share and Customer Service Quality: A Reference-Dependent Model, *Transportation Research Part A*, 35: 773-788.
- Takemiya, H. (2008). Analyses of Wave Field from High-Speed Train on Viaduct at Shallow/Deep Soft Grounds, *Journal of Sound and Vibration*, 3 (19): 631-649.
- Tan, A. ve Fazilet, B. (2002). Otobüs Firmaları İy Hizmet Pazarlayabiliyorlar mı? *Pazarlama Dünyası*, 16 (03): 24-27.
- TCDD (2009). Demiryolu Sektör Raporu <http://www.tcdd.gov.tr/Upload/Files/ContentFiles/2010/faaliyet-raporu/2009rapor.pdf>, Erişim tarihi: 10.11.2010.
- TCDDa (2010). *Ankara-Eskişehir Yüksek Hızlı Tren Hattı Müşteri Memnuniyeti ve Tercihleri Anket Çalışması Raporu*. Ankara: TCDD.
- TCDDb (2010). <http://hizlitren.tcdd.gov.tr/home/detail?id=10>, Erişim tarihi:10.03.2010.
- Teas, R. K. (1993). Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality, *Journal of Marketing*, 57: 18-34.
- TUİK (2010). Ulaştırma İstatistikleri, www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=52&ust_id=15, Erişim tarihi: 11.10.2010.
- Xu, Y., Yen, D.C., Lin, B. ve Chou, D. C. (2002). Adopting Customer Relationship Management Technology, *Industrial Management&Data Systems*, 102(8): 442-452.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. Çev. Alptekin Esin, M. Akif Bakır, Celal Aydın, Esen Gürbüzsel, İstanbul: Litaretür Yayınları.
- Yavuz, M. C. (2007). Uluslararası Destinasyon Markası Oluşturulmasında Kimlik Geliştirme Süreci: Adana Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zhang, W., Pingbo, W., Xuejie, W. ve Jing Z. (2006). An Investigation into Structural Failures of Chinese High-Speed Trains, *Engineering Failure Analysis*, 13 (3): 427-441.