

Havayolu Bagaj Hizmet Kalitesi İyileştirmeleri ve Yolcu Memnuniyeti Etkileri

Sündüs Dilek DEMİR BARGHI¹
Yrd. Doç. Dr. Zümrüt Ecevit SATI²

Özet

Uçuş ağı ve yolcu sayılarının artması, yolcu açısından tercih edilecek havayolu sayısını çoğaltmış, bu gelişmelerle hizmet kalitesi iyileştirmelerinin, müşteri memnuniyeti ve yüksek hizmet kalitesinin sağlanmasında önemi artmıştır. Bu durum, yolcu bagajlarının eksiksiz, hasarsız, zamanında teslimi ve temel bagaj hizmetleri süreçlerinin yönetimi konularında bagaj hizmet kalitesi iyileştirme çalışmaları yapılmasını sağlamıştır. Aksaklıkların sonucu artan maliyet ve yolcu memnuniyetsizliği olduğundan, bagaj hizmetleri iyileştirmeleri, havayolu genel hizmet kalitesi algısını yükseltmede giderek artan bir öneme sahip olmaktadır.

Bu çalışmada yolcuların etkilendikleri bagaj hizmet kalitesi boyutları ile havayolunun geliştirmesi gereken noktaların ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda üzerinde durulacak konular, temel bagaj hizmetleri süreçleri, iyileştirme etkilerinin ölçülmesi, iyileştirme faaliyetlerinde önceliklerin belirlenmesi ve bagaj hizmet kalitesinin yükseltilmesi olacaktır. Araştırmanın ana kütlesi, Türkiye’de havayolu ile seyahat eden yolculardan oluşmaktadır. İstanbul Atatürk Havalimanı iç hatlar ve dış hatlar terminallerinin geliş salonlarında; arındırılmış bölge, kayıp ve bulunan eşya ofisleri ve bagaj alım alanlarında bekleyen 346 yolcu ile yüz yüze anket uygulanmıştır. Aksaklıklara maruz kalmış yolcular, kaybedilme ihtimali yüksek olan yolculardır, Aksaklıklar karşısında ise havayolu, sürekli iyileştirme

¹ TC İstanbul Aydın Üniversitesi İşletme Fakültesi, Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemleri, bengutaslar@hotmail.com, 0505 601 07 27

² İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, e-mail: zsati@istanbul.edu.tr

bilinci ile faaliyetlerini geliştirmelidir. Yapılan araştırmanın amacı, THY ile uçuş yapan yolcuların bagaj hizmetlerine yönelik iyileştirmeleri algılamaları, memnuniyetlerinin ölçülmesi ve bagaj hizmetlerine ilişkin “ana birimler ele alındığında” hizmet kalitesi algılamaları arasında fark olup olmadığının ve genel memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, İyileştirme çalışmaları, Bagaj Hizmet kalitesi, Bagaj Hizmetleri Süreçleri, Müşteri Memnuniyeti

The Evaluation of The Airlines Baggage Services Quality Effects to Passengers Satisfaction

Abstract

Flight network and increase of the number of passengers has multiplied the number of airline passengers will be preferred in terms of this development with the improvement of service quality, increased customer satisfaction and importance in the provision of high quality services. In this case, passengers' baggage undamaged, on time delivery of services and basic baggage in the process of the management of the service quality improvement jobs. Result of the increased cost of passenger dissatisfaction and disruption, baggage service improvements, airlines are having an increasingly important role in improving the overall service quality perceptions.

In this study, with passengers effected by baggage services quality dimensions, aimed to reveal that airlines the points that needs to be developed. In this scope topics will focus on, basic baggage services process, measurement of improvement effect, Identifying priorities for improvement activities and imrove the baggage service quality. Main population of research, consists of passengers traveling with the airline in Turkey. Survey made face to face with 346 passengers who are waiting at the arrival of domestic and international terminals in Istanbul Ataturk Airport, free zone, lost and found offices and who is

waiting for receiving baggage. Passengers who exposed baggage irregularity, are who highly likely to be lost, airlines in the face of the disruptions, always should develop its activities by improving awareness. Goal of research for sensing improvements for passengers who travel with THY, measure the satisfaction and regarding baggage service “considering main basis” determining whether the difference in over all satisfaction level between perceptions of service quality.

Keywords: *Service Quality, Improvement efforts, Baggage services quality, Baggage services processes, Customer Satisfaction*

Giriş

Havayolu taşımacılığı sektöründe yaşanan gelişmeler ve değişimler ülkemizi de etkilemiş, gelişen pazar talepleri ile çok kısa süre içerisinde özel havayolu işletmelerinin sayısı artmıştır. Ulusal pazarda en büyük kapasiteye sahip olan Türk Hava Yolları ise dünya markaları ile rekabet edebilir duruma gelmiştir. Havayolları açısından, Uçuş ağı ve yolcu sayılarının artması, yolcu açısından tercih edilecek havayolu sayısının artması ile birlikte hizmet kalitesi iyileştirmeleri, memnun yolculara ulaşmada birincil amaç haline gelmiştir.

Bagaj hizmetlerindeki aksaklıkların önüne geçilebilmesi, pazardaki mevcut müşterilerin korunması açısından, bagaj hizmet kalitesi konusunda iyileştirme çalışmalarının yapılması ve iyileştirmelerinin yolcuların genel memnuniyeti üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu çalışma ile, literatürde yeterli düzeyde rastlanmayan bagaj hizmetleri uygulamaları, bagaj süreçlerinin tanımlanması, hizmet kalitesi ve iyileştirme etkilerinin belirlenerek açıklanması, bagaj hizmetlerinin yolcuların memnuniyetine etkilerinin tespiti amaçlanmıştır.

Bu çalışmada, hizmet kalitesi kavramı ve havayolu taşımacılığına yönelik literatür taraması gerçekleştirilmiş, hizmetin özellikleri, sınıflandırılması, tanımlanması ve iyileştirme çalışmaları ilişkisi, hava yolu sektörü ve bagaj hizmet kalitesi yönetimi çerçevesinde incelenerek bagaj hizmetlerine ait süreç ve süreç aksaklıkları belirlenmiştir.

Havayolu bagaj hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti açısından değerlendirilerek “Türk Hava Yolları Uygulaması” gerçekleştirilmiştir.

Hizmet Kalitesi Kavramı

Maddi bir niteliği olan somut ürünler, tüketici tarafından kolayca değerlendirilebilirken, çoğu zaman soyut bir kavram olarak karşımıza çıkan hizmet kavramı algısı ve sahip olduğu nitelik, hizmetlerin tüketici tarafından nasıl algıladıklarına göre belirlenir. Grönroos’e göre hizmet, bazı zamanlarda doğal olarak az ya da çok dokunulmaz bir yapısı olan, müşteri ve hizmet personeli ve/veya hizmeti sağlayanın fiziksel kaynakları veya mallar/sistemler arasındaki etkileşim anında meydana gelen ve müşteri problemlerine çözüm olarak elde edilen bir faaliyet ya da faaliyetler dizisidir (Grönroos, 2000: 46).

Philip Kotler hizmeti: temel olarak dokunulamayan ve herhangi bir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan, üretilmesi fiziksel bir ürüne bağlı olan ya da olmayan, bir faaliyet veya fayda şeklinde tanımlamaktadır (Kotler, 1999: 624). Hizmet, ekonomide fiziksel özelliğe sahip malın tersine, elle tutulamayan ve saklanması mümkün olmayan, insan ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik olarak üretilen veya organize edilen, turizm, haberleşme, danışmanlık gibi faaliyetlerdir (Karalar, 2001: 8).

Hizmet Kalitesi, kalite gibi çok boyutludur. İşletmeler hizmetlerini müşteri beklentisini karşılayacak şekilde tasarlanır, ancak bu çabalar her zaman müşteri tatminini arttıracak etkin sonuçlar vermez. Hizmet kalitesi hedefe ulaşmanın ölçütüdür. Müşteri beklentisi ile hizmet performansı her zaman aynı düzeyde karşılanmaz hizmet kalitesinin tasarlanmasında müşteri beklentileri, işletmenin vazgeçilmezidir. Kalitenin farklı boyutları kaliteyi karmaşık hale getirmektedir. 1984 yılında Garwin kalitenin tanımı kapsamında, kaliteyi tanımlayan performans, özellikler, güvenilirlik, uygunluk, dayanıklılık, hizmet görme, estetik ve algılanan kalite olarak sekiz özellik belirtmiştir. Hizmet kalitesine ulaşmak için, müşteri ile sağlıklı iletişim kurarak, kurum amaçlarına odaklanmak gerekir. Çünkü müşteriler ürünü satın almadan önce, bazen satın aldıktan sonrada ürün hakkında yeterli

bilgiye sahip olamayabilirler. Hizmet kalitesi, müşterinin beklentilerini henüz gerçekleştirilmeden tahmin ederek müşteri tatmininin sağlanması ile gerçekleşir.

İyileştirme çalışmalarının başarılı olması, işletmenin var olan tüm birimlerinin birbirleri ile güçlü bir iş birliği kurulmasına bağlıdır. Hizmet gerçekleştirilirken hizmet kalitesinin gözetilmesi, işletmenin kalıcı olabilmesi için tüketici tercihlerinde belirleyicidir. Hizmet kalitesinin sürekliliği ise iyileştirme çalışmalarına bağlıdır. İyileştirme çalışmalarının gerçekleştirilmediği bir işletmede hizmet kalitesinden bahsedilemez. Hizmet kalitesini bir insan bedenine benzetecek olursak sürekli iyileştirme onun beyni olacaktır. İyileştirme kademeli (küçük) veya sıçramalı (köklü) olabilir. Sürekli iyileştirme, sürecin “sürekli olarak” küçük küçük iyileştirileceği anlamına gelmez (Eyüboğlu, 2012: 40). Süreçte birden bire ve hızlı bir şekilde de iyileştirmeler yapılabilir. Var olan durumla yetinmek iyileştirmelerin düşmanıdır. Bu nedenle sürekli iyileştirme, problemlerin farkında olmayı öngörür ve problemleri anlayabilmek için çözüm yolları sunar.

Bagaj ve Bagaj Hizmet Kalitesi

Bagaj deyince ilk akla gelen şey bir bavul içinde seyahati esnasında ihtiyaç duyabilecek muhtemel eşyalardır. Oysa ulusal ve uluslararası kurallar doğrultusunda valiz ya da bavul olarak isimlendirdiğimiz eşyalarla birlikte çeşitli medikal ürünler, bebek arabaları, tekerlekli sandalyeler gibi farklı nitelikteki eşyalarda bagaj kategorisinde kabul edilmektedir. Genel olarak bagaj yolcu beraberinde bulunan giysi, kişisel ve özel eşyalardır. Kapsamlı olarak ise bagaj, kayıtlı ve kayıtsız (kabin) bagajı olarak iki kategoride tanımlanabilmektedir. Kayıtlı bagaj, geçerli seyahat biletine sahip yolcuya ait olan, bilet üzerinde belirtilen taşıma hakkı çerçevesinde kargo kompartımanında taşınmak üzere havayoluna teslim edilen ve tamamen havayolunun sorumluluğunda olan bagajdır. Kayıtsız bagaj ise, geçerli seyahat biletine sahip yolcuya ait, havayolu firmasının belirlemiş olduğu kabin bagaj taşıma hakkı kuralları doğrultusunda yolcu kabininde ücretsiz taşınan ve tüm sorumluluğun yolcunun kendisinde olduğu el (kabin) bagajıdır. Bagaj hizmet kalitesi, yolcu bagajlarının kabul ve teslim işlemleri esnasında

yaşanabilecek aksaklıkların önlenmesi, oluşan sorunların müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde giderilmesi ve müşteri tatmininin sürekli olarak beklentileri geçecek şekilde sağlanmasıdır. Bagaj hizmet kalitesi ile ilgili birden çok tanım yapılabilir, bu tanımları yaparken hizmetin soyut özellikli bir kavram olması ile birlikte bagaj hizmetlerinin mal ve ürün kaynaklı sektörlerde olduğu gibi somut özellikler de içerebilen bir kavram olduğuna dikkat edilmelidir. Literatürde bagaj hizmet kalitesine ilişkin her hangi bir tanıma ulaşılamamış olup yukarıda belirttiğimiz ana tanıma ilaveten şu tanımlar yapılabilir:

- Bagaj hizmet kalitesi, bagaj işlemlerinin verimliliğinin artırılması için, bagaj sistemleri performansının hatasız ve en üst düzeyde gerçekleştirilmesidir.
- Bagaj hizmet kalitesi, insan ve sistem hatalarını en aza düşürerek maliyetleri azaltmaktır.
- Bagaj hizmet kalitesi, bagajın yolcudan teslim alınıp sefer varışında teslim edilmesine dek bagajın geçtiği alanlarda (check-in, bant, şut, güvenlik, yükleme, boşaltma, transfer) verimliliğin artırılmasıdır.
- Bagaj hizmet kalitesi, her koşulda yolcuya (müşteriye) nazikçe davranarak yolcu memnuniyetinin en üst düzeyde tutulmasıdır.
- Bagaj hizmet kalitesi, yolcunun parasının karşılığı verilerek, bagaj aksaklıklarını iyileştirmektir.

Bu tanımların yanı sıra bagaj hizmet kalitesi ile güler yüze, hızlı işlem yeteneği ile saygıyı ön planda tutarak müşteri mülkiyetini koruma vurgulanmaktadır. Bagaj hizmet kalitesinde, bagaj aksaklıklarının minimize edilmesi için; etkili yönetim ve veri kalitesi, yolculara güncel ve doğru bilgilerin iletilmesi, standartların sağlanarak uygulanabilmesi, performansın ölçülebilir, karşılaştırılabilir ve analiz edilebilir olması gereklidir.

Bagaj Hizmet Kalitesi ve Bagaj Hizmet Kalitesi Önemi

Bagaj hizmetlerinin icrasında, havayolunun genel hizmet kalitesine katkıda bulunularak yeni müşteri kazanımı ya da sadık müşteri olarak tabir edilen yolcuların artışına katkı sağlanır. Öte yandan bagaj hizmetlerinin sunulması esnasında oluşan aksaklıklar, kaybedilen

müşteri/yolcu sayısında artışa neden olacaktır. Mükemmel ya da arzu edilen bagaj hizmet kalitesine ulaşmak için, havayolu yönetiminin öncülüğünde süreç sahibi ünite tarafından iyileştirme modelleri oluşturulmalıdır. Hizmet kalitesinin sunumu esnasında hizmet kalitesinin nasıl sunulacağına dokümanla edilmesi ve gereksiz işlem basamaklarının çıkarılması gereklidir. Özellikle müşteri davranışları konusunda bir kültür tasarlanması önemlidir. Buna göre; hizmetler tüketiciye arz edilirken, belirli bir plan çerçevesinde ve hizmetin ait olduğu süreç ekseninde müşteriye sunulmalı, işletmenin hizmet sunumunda başarılı bir grafik sağlanmasına katkı sağlanmalıdır.

Düşük hizmet kalitesinin gerçek suçlusu hizmeti sunan insan değil, zayıf hizmet sistemi tasarımıdır (Dörtüoöl, 2014: 131). Bagaj hizmet kalitesinin tasarımından başlayarak, idari kadroların kapasitesi, mesleki tecrübesi olan personelin katılımı ile hizmet kalitesi kıstası belirlenmelidir. Üst düzey yönetimin de desteği alınarak hizmetin yolcu kanalından anket yolu ile ölçümlenmesi sağlanmalıdır. Yapılan tüm çalışmalar havayolunun genel hizmet kalitesi düzeyini ve sunumunu etkileyeceğinden veriler kuruluşun tüm kanalları ile paylaşılarak her bir lokasyonda iyileştirme ekipleri oluşturulmalıdır. Emek yoğun olan hizmet sektöründeki farklılıklar nedeni ile müşteri beklentileri temelinde hizmet süreci ve personelin yaklaşımı ön plana çıkmaktadır. İstenilen düzeyde müşteri memnuniyetini sağlamak için; personelin eğitimini sağlamak ve kaliteye olan inancını artırmak, gerekli ön şartlar arasında bulunmaktadır (Gümüšoğlu ve diğereeri, 2007: 72).

Bagaj hizmetlerinde kalite, hizmeti eksiksiz ve sıfır hata ile sunabilmektir. Bunu sağlamak için insan etkisinin fazla olduğu süreçlerde personelin eğitilmesi ve personelin yeterli sistem donanımı ile desteklenmesi gerekir. Bagaj hizmet kalitesinin sağlanması ve yolcuya sunulmasında yer hizmetleri de önemli bir yer teşkil eder, hizmetin zamanında sunulması ve aksaklıkların minimize edilerek gerçekleştirilmesi açısından bagaj hizmetleri sorumluluğu verilmiş olan yer hizmeti kuruluşunun da hizmet kalitesi hedefine dâhil edilmiş olması gerekir. Yer hizmetleri dünyanın her yerinde sektörün görünen ve görünmeyen yüzü olmuştur. Check-in işlemleri yer hizmetlerinin

görülen, yükleme boşaltma ve operasyonel işler ise görünmeyen yüzüdür. Uçuş öncesi ve sonrası ile zamanı, kaliteyi, müşteri memnuniyetini, verimliliği, karlılığı direkt etkileyen süreçler bütünüdür (Transport, 2012)

Bagaj Hizmetlerinde Süreç Yönetimi

Bagaj hizmetlerinde süreç yönetimini, girdi ile başlayıp çıktı ile sona eren bagaj konulu faaliyetlerin, gereksinimler doğrultusunda iyileştirilerek işletilmesi olarak ifade edilebilir; Burada girdi, bagajın yolcudan teslim alınması, çıktı ise bagajın sefer varışında yolcuya teslim edilmesine kadar geçen sürede ortaya çıkan süreçlerin sonucu olmasıdır. Bagaj hizmetlerinde yaşanan olası hatalar, aslında bagaj hizmetlerinin gerçekleştirilmesi sırasında ortaya çıkan süreç aksaklıklarıdır. Her bir sürecin iyi tasarlanması ve sürecin tüm etkenleri ile uyumu, muhtemel şikâyetleri önleyerek, hizmet kalitesinin sağlanmasında etkili olacaktır. Süreç aksaklıklarını önlemenin ilk kuralı bagajın kabulünden teslimine kadar tüm süreçlerin önceden belirlenmiş olmasıdır. İkinci kural olarak tüm süreç elemanlarının, sürecin icrası ile ilgili ihtiyaç duyacağı doğru ve güncel bilgiye sahip olarak fire vermeden, önceden belirlenmiş uygulama şartlarını sağlamasıdır.

Bagaj hizmet sunumunda yaşanan aksamaları iyileştirmek için kuruluş yönetiminin de desteğini alarak süreçler ve/veya kritik süreçler belirlenmelidir. İyileştirme için, kritik sürecin sahibi, o süreçte çalışanlardan 4-7 kişi seçerek bir süreç iyileştirme ekibi oluşturmalıdır. Süreç iyileştirme ekibini mümkün olduğunca, takım çalışmasına yatkın, aksaklıkları ve iyileştirme fırsatlarını görebilen, kişilerarası iletişim becerisi yüksek, zamanı olan kişilerden bir araya getirmelidir (Eyüboğlu, 2012: 115).

Bagaj Hizmet Sunumunda Göz Önünde Bulundurulması Gereken Süreçler

Uçuş öncesi süreç aksaklıkları-Yolcuların seyahat öncesinde gerek rezervasyon, gerek bilet satın alma, gerekse bagaj hizmetlerine ilişkin bilgi temini ihtiyacı duyacağı kanallar, sürecin başlangıç noktası olarak kabul edilmelidir. Bu kanalları; satış ofisleri, anlaşmalı kurumlar

(acente, tur vb. şirketler), çevrimiçi kanallar (web sitesi, mobil vb.), diğer kanallar (tedarikçiler, iş ortakları, reklam, promosyon), yasal mevzuat (ulusal ve uluslararası otoriteler) ve çağrı merkezleri olarak sıralanabilir. Bu kanallar uçuş öncesi yolcu açısından ulaşılabilir, doğru ve güncel bilgi sahibi olmalıdır ki sürecin başlangıcında olası aksaklıklar ve muhtemel memnuniyetsizlikler önlenebilsin.

Check-in süreci-Bagaj ve yüklerin taşınması için personel ve/veya imkânlar sağlanmalıdır (SHY-150.10A, 1999: 6). Bagaj kabul edilirken, yolcu iletişimi, etiketleme, bagaj içeriği-hasar-fazla bagaj-kabin bagajı-uygunsuz bagaj işlemleri doğru şekilde gerçekleştirilmelidir. Aksaklıkların genel olarak ilk başlangıç noktasının check-in işlemleri olduğu gözlemlendiğinden, check-in personelinin temel eğitimlerle birlikte bagaj eğitimleri alması ve sürecin hatasız gerçekleştirilmesi için bagaj uygulamaları konusunda yeterli bilgi ve donanıma sahip olması gerekmektedir.

Bagaj bant, şut, yükleme-boşaltma, alanları-Bagaj bantları, şut ve yükleme-boşaltma alanları, bagajın yolcudan teslim alınıp uçağa yüklenmesine uzanan süreçte yer alan sistem ve mekânları ifade etmektedir. Teknoloji çağında bu alanlarda kullanılan otomasyon sistemlerinin sıfır hata hedefi ile kurgulanması, aksaklıkların en aza indirgenmesi için bir zorunluluktur. Sistem yeterliliği en üst düzeyde sağlanabilirse aksaklık sayısında fark edilir oranda azalış olacağı öngörülmektedir. Ayrıca bu alanlarda otomasyon sistemleri yerine kullanılan insan gücünün, insan sağlığına vereceği zararlar da göz ardı edilmemelidir.

Transit-transfer işlemleri-Transit yolcu süreç aksaklıkları açısından, bagajın yanlış bağlanması bu sürecin ilk ve zincirleme aksaklıklarının ana nedeni olacağı öngörülmektedir. Transit olarak seyahat eden yolculara ait bagajın kurallar doğrultusunda varış istasyonuna kadar bağlanıp bağlanmadığı mutlaka kontrol edilmelidir. Uçuş parkurunda asıl havayolu dışında farklı bir havayolu şirketi söz konusu ise bagajın transfer işlemlerinin de koordineli olarak yapılması gerekir. Tüm bu işlemlerde yer alacak personel kaynağının kural ve

uygulamalar konusunda yeterli donanım ve sorumluluğa sahip olması gerekir. Transit-transfer bagajlara dair süreç aksaklıkları arasında yer alan önemli bir diğer konu alan yetersizliğidir. SHGM, havaalanı yolcu terminalleri tasarım esasları yayınında transit yolcu alanları yeterliliğini; “aktarma ve/veya transit yolcularına ilişkin yüzdesi yüksek olan havaalanlarında gerekli saha tahsisi büyük olacaktır” şeklinde belirtmiştir (T.C. Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2009: 18). Süreç aksaklıklarının önlenmesi adına yolcunun da transit-transfer bagaj uygulamaları konusunda bilgilendirilmesi, güncel bilgilerin yolcu açısından ulaşılabilir olması gerekmektedir.

İstasyon aksaklık takip süreci-Olumsuz hava koşulları, bagaj taşıma esnasında oluşan şartlar veya bagaj etiketinin düşmesi ile birlikte ortaya çıkan teknik sorunlar, bagajın hasarlı veya yolcu ile aynı anda havalimanına gelmemesinden kaynaklanan durumlara yol açabilir (Lufthansa, Missing Or Damaged Baggage). Bagaj aksaklığı yaşayan yolcuların bilgi alabileceği, yolcu açısından aksaklık sürecinin başladığı ilk yer istasyon kayıp eşya ofisleridir. Yaşanan aksaklık kaynaklı kaybedilmesi ya da memnuniyetsizliği telafi edilmesi gereken “yolcular” için, bu birimler kolayca ulaşılabilir olmalıdır. Süreç kurgusu, mümkün mertebe aksaklıkların ilk müracaat anında çözümü üzerine olmalıdır. Personel yetkin olmalı, bagaj uygulamalarına vakıf, yolcu iletişimi konularında eğitilmiş ve yabancı dil bilgisi yeterli düzeyde olmalıdır.

Şikâyet siteleri incelendiğinde bagaj aksaklıkları konularında en çok şikâyet edilen konunun, aksaklık takip sürecinin uzunluğu olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum karşısında İstasyon Aksaklık Takip Sürecinin iyi tasarlanması ile mağduriyet sürecinin kısaltılabileceği, anında yapılan müdahaleler ile yolcunun tekrar kazanılabileceği ön görülmektedir. Bagaj hizmetleri açısından İstasyon Aksaklık Takip Süreci, sürekli gözlemlenmeli ve güncel uygulamalar açısından denetlenerek yolcu açısından hızlı ve çözüm sağlanan kanallar haline getirilmelidir.

Müşteri ilişkileri yönetimi süreci-İmaj ve itibarın inşasında, korunmasında ve güçlendirilmesinde en önemli silah iletişimdir (Yıldırım, 2013: 20). Müşteri ilişkileri yönetiminde birincil zorunluluk, sorumlulukların yolcu açısından hızlı ve müşteri memnuniyetinin sağlanması yönünde olmasıdır. Müşteri ilişkileri yönetimi sürecinde, ana süreç sahibi birebir yolcu kanalı ile iletişim halinde olan birim olmalıdır. Çağrı Merkezi, çevrimiçi kanallar, diğer iletişim kanalları (basılı yayınlar, iştirakler, anlaşmalı kurumlar vb.) gibi tüm süreç elemanlarının hem uçuş öncesi hem uçuş sonlarındaki süreçlere dâhil edilmesi ana süreç sahibi koordinesinde sağlanmalıdır. Müşteri ilişkileri yönetiminde her hangi bir tedarikçi mevcutsa bu birimlerin iyileştirmeleri bizzat sürecin ana sahibi tarafından takip edilebilmeli, gerekli destek sağlanmalıdır. Bu süreç içerisinde şikâyetler, nadirde olsa teşekkürler söz konusu olmaktadır, süreç itibarı ile aksaklık konuları başlı başına birer konu olduğundan süreç sahibi ünite, tüm diğer işlerden arındırılmalı, enerjisini müşteri memnuniyeti ve iyileştirme konularında kullanabileceği olanaklar temin edilmelidir. Bu noktalarda ki süreç elemanlarının diğer süreç etkenleri ile etkileşimi doğru kurgulanmış olmalıdır. Süreç elemanları (personel, sistem) yeterli donanımda olmalıdır. Müşteri ilişkileri yönetiminde, daha önce çözümlenemeyen aksaklıklar sonuçlandırılıp, memnuniyet kesintileri giderilmeye çalışılmalıdır.

Tazmin ve yasal mevzuat süreci-Müşteri geri bildirimlerine istinaden yapılan her işlem, havayolunun, saygınlığını ve duruşunu ifade etmekle birlikte yasal taleplere de dayanak oluşturabilmektedir. Hizmet sektöründe yer alan tüm kuruluşların yasal mevzuat doğrultusunda işlem yapması gerekmektedir. Bu nedenle; özellikle bagaj aksaklıkları kaynaklı maddi taleplerin değerlendirilmesi işlemlerinde, hazırlanan her yazılı bildirim kurallar doğrultusunda titizlikle hazırlanmalıdır. İstasyon aksaklık takip ve müşteri ilişkileri yönetimi süreçlerinde yer alan tazmin ve maddi unsurlar, “tazmin ve yasal mevzuat sürecinin sahibi olan ünite” koordinesinde gerçekleştirilmelidir. Bu süreçte, kurallar kaynaklı yolcu tazmin taleplerinin karşılanmadığı durumlarda, “müşteri ilişkileri yönetimi süreci ile birlikte” telafi değerlendirmeleri

geliştirilerek, önem arz eden yolcu mağduriyetlerini bir nebze olsun gidermeye yönelik faaliyetler geliştirilmelidir.

Güvenlik süreci-Ulusal ve uluslararası kurallar, yasal düzenlemeler açısından kayıtlı ve kayıtsız bagaj içerisinde bulundurulması yasak olan eşyalar, uçulan ülke açısından kısıtlamalar ve havayolu açısından tabii olunan yükleme ve boşaltma kuralları güvenlik süreci dâhilinde ele alınır (Cebeci, 2011). Birçok havayolu, uçuş öncesi ve uçuşun icrası esnasında yolcularına bagaj ve genel güvenlik süreçlerine ilişkin bilgilendirmede bulunur. Tüm bu uygulamalar bagaj hizmetleri güvenlik süreci içerisinde takip edilip, havayolu açısından bagajın güvenlik uygulamalarına tabii olduğu her alanda muhtemel aksaklıkları önleyecek sistemler geliştirilmeli, özellikle zamanında kalkışın güvenlik uygulamaları kaynaklı sapması ihtimaline karşı önlemler alınmalı süreç sürekli takip edilerek iyileştirilmelidir.

bagaj hizmet kalitesi iyileştirmelerini etkileyen faktörler

Sürekli iyileştirme TKY'nin kalbidir. Küçük küçük ama sürekli olarak yapılan iyileştirmeler ve geliştirmeler, firmalar açısından maliyetlerin düşürülmesi, şikâyetlerin azaltılması, karın artırılması ve müşterilerin, çalışanların memnuniyetine katkılar sağlar (Top, 2013: 492). Bagaj hizmetlerinde aksaklıkların geri dönüşü genelde artan maliyet ve müşteri memnuniyetsizliğidir, daha da kötüsü hizmet kalitesinden verilecek tavizler müşteri kaybına neden olacak istenmeyen sonuçlar doğurabilmektedir. Temelde bagaj hizmet kalitesi iyileştirmelerini etkileyen faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz:

İnsan faktörü-İnsan faktörü olmadan üretim veya hizmet sürecine TKY değerleri yerleştirilmesi mümkün değildir (Gürçay, 1997: 9). Başarılı geliştirmeler için teknoloji veya donanımın yerine insan faktörüne odaklanılmalıdır. Öyle ki alt yapı ve donanımın son teknoloji olarak yeterli seviyede olmasına rağmen, yetersiz insan kaynağı ve kötü planlama istenilen verimin alınmasının en büyük engeli olacaktır. Bunu önleyebilmek için öncelikle bagaj hizmetleri iyileştirmelerinde öngörülen geliştirme alanının tespit edilerek, iyileştirilecek bölümün sorumlusu belirlenmeli, daha sonra yeterli sayıda insan kaynağı,

eğitimle donatılarak iyileştirme çalışmasının etkinliği henüz planlama aşamasında iken dokümente edilmelidir.

Fiziksel zellikler-Bagajın geçtiği alanlardaki fiziksel zorluklar tedarikçi ve havalimanı işletmecisi ile birlikte iş birliği yapılarak engellenmelidir. Zorlukların aşılmasına olanak sağlayacak hizmet üretim süreçleri geliştirilmelidir. Fiziksel özelliklerden bahsederken göz ardı edilmemesi gereken diğer husus, bagaj hizmet kalitesinin değerlendirme otoritesi olan müşterilerle temas eden noktaların fiziksel özellikleridir. şöyle ki, bagaj alım bantlarının ulaşım kolaylığı, bekleme süreleri, yönlendirme tabelaları, evrimii iletişim kanallarının güncel olması ve erişilebilirliği, önceden taahhüt edilmiş kural ve uygulamaların müşteri açısından erişilebilirliğinin sağlanması gereklidir.

Hizmet kalitesinin yönetimi-Bagaj hizmet kalitesinin yönetimi, öncelikle işletme performansını sürekli yükseltebilecek bir süreç geliştirmekte yatar. Çünkü bagaj hizmet kalitesinin performansı, havayolu hizmet kalitesi düzeyinin belirlenmesinde birincil olarak etkili olan alanlardan biridir. Süreçle birlikte iyileştirmeyi geliştirmek, planlama ile başlayan sürece tedarikçi, malzeme, fiziksel şartlar, personel durumu gibi etkenleri dâhil etmekle mümkün olur. Süreç izlemesinde, diğer süreçlerle etkileşim takip edilerek bagaj hizmet kalitesi iyileştirmeleri için fırsatlar aranmaya devam edilmelidir. Hizmet kalitesinin verimliliğini artırmak, aksaklık sayısını azaltmak için bagaj hizmetleri donanım ve bakım birimlerinin en uygun şekle sokularak güçlendirilmesi gerekir.

Hizmet kalitesinin denetimi ve lm-Hizmetlerin soyut olma özelliği lle bilirliğini de zorlaştırmıştır bu nedenle hizmet kalitesinin ölçümü için müşterinin algıladığı hizmet kalitesi üzerine odaklanılır. Bagaj hizmetlerinde ölçüm, müşteri memnuniyet anketleri ve havayolu kuruluşlarının oluşturduğu organizasyon ve kurumların karşılaştırmalı verilerinden takip edilebilmektedir. Ancak bagaj hizmetlerinin gerçekleştirilmesi sırasında oluşan her bir aksaklık, hizmet kalitesinin eksi değer kaydetmesine neden olacağı için çeşitli sistemlerden elde

edilen bagaj aksaklık ve müşteri şikâyet verileri hizmet kalitesinin ölçülmesinde birincil araçlar olarak kullanılır (Türk, 2009: 399).

Hizmet personelinin özellikleri-Müşterilere hizmetlerinin sunumu sırasında olası yanlış anlaşılması veya ileride muhtemel şikâyeti önlemenin en önemli kuralı, bagaj uygulamaları ile yeterli donanımına sahip personelin istihdam edilmesidir. Sürekli devam eden ve kalıcı iyileştirmeler yapmak için, işletmenin tüm birim ve seviyedeki personel davranışlarının, sürekli olarak iyileştirme arzusuna dönüştürülmesi gerekir.

Tedarikçi yeterlilikleri-Herhangi bir alanda, özellikle bagajın yolcudan alınıp kabul edilmesi ve teslim aşamasında, süreç iyileştirme hedeflerini gerçekleştirmek için anahtar tedarikçilerin bilgi ve birikiminden yararlanılmalıdır. İşletme ve tedarikçi için başarının anahtarı, verimliliği ve karlılığı artırmaya yönelik uzun süreli bir iletişim kurmak ve karşılıklı güvene dayalı dürüst bir iletişimdir. Bazı işletmeler, bu güven ortaklığını iş ortaklığı yolu ile tesis etmeye çalışsa da tedarikçi ve asıl işletme personellerinin eşit olarak yararlanmadığı haklar ve farklı güdülenmeler sonucunda tedarikçi ortaklıkları her zaman olumlu sonuçlar vermeyebilir (Tan, 2013: 41-42).

Uygun olmayan hizmet özellikleri-Hizmetin sağlanma süreci, henüz tasarım aşamasında müşteri tercihlerine uygun olarak planlanmalıdır. Hizmet sektöründe üretim süreci daha çok insan odaklı olduğundan uygun olmayan hizmet özelliklerinde, ilk faktör insandır. Bagaj hizmetlerinde ise insan, teknoloji ve sistem özellikleri üçlüsü, uygun olmayan hizmetin ana kaynaklarıdır. Ekipmanların uygunluğu, çalışanların sorumluluk alabilmeleri, üstünlük kullanabilmeleri, bagaj hizmetlerinin istenilen düzeyde sağlanabilmesi için zorunludur. Uygun olmayan hizmet özelliklerinden kaçınmak için, çalışanlar gereksiz işlerden arındırılmalı, iş tanımları kesin ve öz olarak belirlenmeli, çeşitli eğitimlerle iş tanımlarını en iyi şekilde gerçekleştirecek seviyeye getirilmelidir (Değirmen, 2006: 45).

Hizmette kullanılan sistem ve teknoloji özellikleri-Bagaj hizmet kalitesine ulaşma amacı, gelişmiş teknoloji ve sistem donanımından fazlasını gerektirir. Genellikle, sistem kontrolündeki iyileştirmeleri elde etmek ve bagajların geçtiği noktalardaki alanların verimliliğini çoğaltmak amacıyla bir bant sistemini yükseltmek için yeni donanımlar ilave edilir. Bagajlar uluslararası uyuma sahip bir sisteme kayıt edilerek yüklenmelidir. Bu şekilde aksaklıkların takibi de yükleme anından başlayarak boşaltma ve teslim süreçlerinin de takibini mümkün kılacak, aksaklık durumunda müşterinin kaybedilmesinin önüne geçilebileceği gibi, yeniden aynı müşterinin kazanılmasını mümkün kılacaktır.

Yönetimsel kararlar-Toplam kalite yönetiminin problemleri ele alış şekli, çözüm tarzı geleneksel yönetim bakışı ile aynı değildir. Üst yönetimin, iyileştirmeler konusunda gereken değişim onayını vermesi ve iyileştirmelerin devamlılığına imkân sağlaması gerekmektedir. Yönetim, alacağı kararlarda örgüt değerleri ile bütünleşmelidir. Öncelikle üst yönetimin örgüt değerlerinin farkında olup işletme ve personelin çıkarlarını her şeyin üzerinde tutması, pozitif gözetme ile karlılığı da getirecektir.

Kalite maliyetleri-Hızla gelişen rekabet ortamında kaliteyi ihmal etmek, kalitesiz üretim maliyeti ile karşılaşmamıza neden olacaktır. Bagaj hizmetlerinde kalite iyileştirme faaliyetleri, sistemli ve sürekli yapıldığı takdirde; kalitesiz hizmetlerin neden olduğu maliyetleri gideren bir yönetim aracı olacaktır.

Bagaj Hizmet Kalitesinde Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti müşterinin ürünle ilgili olan beklentilerinin ve tecrübelerinin bir sonucudur. Memnuniyet, müşterinin beklentilerinin karşılanma seviyesidir (Oliver, 1997). Müşteri memnuniyeti, müşterinin ürün veya hizmet hakkındaki şartlarının (beklentilerinin, isteklerinin, şikâyetlerinin, önerilerinin) karşılanması hakkındaki fikrine denir. Yani işletmenin kalite ölçütlerini müşteri nasıl algılamaktadır ve buna nasıl reaksiyon göstermektedir? Bu sonuçların cevabını müşterinin memnuniyet düzeyine bakarak verebiliriz. Müşteri memnuniyeti ve sadakatının sağlanmasında da sunulan hizmetin

kalitesi büyük önem arz etmektedir. Hizmet kalitesini iyileştirirken, gereksiz iş yükü maliyetlerini azaltarak zamanı faydalı kullanabileceğimiz gibi karlılığı da arttırabiliriz. Müşteri memnuniyeti, işletmenin hizmet kalitesi düzeyinden ayrı düşünülemez. Memnuniyeti yükseltirken memnuniyetin hizmet kalitesi unsurlarından ayrı düşünülmemesi ve kalite amacının da taviz vermeden süreçlere katılması gerekir. Müşteri tatmini sağlanmasının en iyi yolunun beklentilerin aşılması olduğunu ifade eden Knutson'un ileri sürdüğü ilkeler aşağıda yer almakta olup, bu ilkeler havayolları şemsiyesi altında, bagaj hizmetleri örnekleri ile aşağıdaki noktalarda ele alınmaktadır (Knutson, 1988: 14). Bu ilkeler doğrultusunda, havayolu hizmet kalitesinin sürekliliğinin sağlanabilmesi için bagaj hizmetlerinin müşteri memnuniyeti hedefiyle, sürekli olarak iyileştirilmesi ve kalite odaklı yönetilmesi gerekmektedir.

Konuğunuzun farkına varın-Bagaj kabulü esnasında check-in kontuarında yolcu biletinden faydalanarak, istasyon kayıp eşya ve çağrı merkezi görüşmelerinde yolcunun aksaklık raporunda ki referans numarası üzerinden yolcu ismi kontrol edilerek, ismi ile hitap edilmesi yolcunun kendisini özel hissetmesini sağlayacaktır.

Olumlu bir ilk izlenim bırakın-Her zaman ilkler iz bırakır. Bu varsayımla yolcu ile ilk karşılaşma anı fırsata çevrilerek check-in bagaj kabul, aksaklığın ilk bildirim yeri olan istasyon kayıp eşya ofisleri ve sözlü olarak bilgi almak için aranan çağrı merkezi personelinin olumlu bir ilk izlenim yaratacak davranış hassasiyetine sahip olması gerekir.

Konuğunuzun beklentilerini yerine getirin-Yolcular her zaman prosedür ve mevzuatlara vakıf olmak istemezler, bagaj uygulamaları ile ilgili anlaşılır ve en kısa yoldan yardımcı olunmalıdır.

Müşteriden beklenen çabayı indirgeyin-Yolcular belirli bir bedel ödeyip bilet satın almışlardır ve bu ödemenin karşılığını almak isterler. Hizmet sunulurken yolcuların, işlemlerin gerçekleştirilmesi için çaba sarf etmelerini beklemek onların hoşuna gitmeyecektir.

Müşteri karar verme sürecini kolaylaştırın-Bazı yolcular hizmetin gerçekleştirilmesi esnasında sunulan seçenekler konusunda kararsız kalabilirler. Örneğin cam kenarı ya da koridor olarak seçilebilecek koltuğa karar verilemiyorsa, karar verme sürecinde yolcuya yardımcı olunmalıdır.

Müşteri algısına odaklanın-Önemli olan müşterinin ne düşündüğüdür. Havayolu işletmesi diğerleri içinde kalitesinin yüksek olduğunu düşünebilir ya da fiyat politikasının uygun bütçelere de hitap edebildiğini. Ancak durum yolcu açısından böyle algılanmıyorsa, yolcunun algısı üzerinden hareket etmek gerekir.

Müşterinin sözle ifade etmediği zaman sınırını ihlal etmekten sakının-Yolcunun her hangi bir işlemin gerçekleştirilmesi için harcadığı zaman, bizim gördüğümüzden daha fazla olabilir. Bu nedenle her zaman geçen zaman dikkate alınmalıdır.

Müşterinin hatırlamak istediği anılar yazın-İnsanlar iyi anılarını çevresiyle paylaşıp hafızasında tutarlar. Az da olsa bagaj hizmetlerine ilişkin teşekkür eden ya da olumlu bir izlenimini paylaşan yolcu varsa, mutlaka geri bildirim yolu ile bu ana ilişkin yolcu ile paylaşımında bulunulmalı. Olumlu anın geçtiği iletişim anı değerlendirilmelidir.

Müşterilerinizin kötü deneyimlerini hatırlayacaklarını unutmayın-Kötü tecrübeler her zaman iyi deneyimlerden daha fazla dile getirilirler. Yolcu açısından her hangi aksaklık söz konusu olmuş ise süratle telafi yoluna gidilmelidir.

Müşterilerinizi borç hanenize ekleyin-Değer elde eden yolcu, havayoluna karşı aidiyet duygusu taşıyacaktır. Havayolu, seyahat tecrübesi yaşayan yolcuya sahip olduğunu düşünmemeli, aksine bu tecrübeye sahip yolcuya, aldığı kaliteli hizmetle havayoluna sahip olduğunu düşündürmelidir.

Bagaj Hizmetlerinde Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Sürekli müşteri kaybeden kurumlar, itibarlarını geri kazanabilmek için çok yoğun bir gayret göstermek zorundadırlar. Bu sebeple artık müşteri beklentilerini karşılamak; en önemli konulardan biri haline gelmiştir. Her birey önemsenmek ve ciddiye alındığını bilmek ister (Şen, 2009: 43). Araştırmalar, “mutsuz müşterinin, mutlulardan iki kat fazla kişiye ulaştığını ortaya koyuyor. İnternet nedeniyle de unutma süresi yıllar alabilmektedir (Ateş, 2006: 215). Müşteriyi kaybetmeden kaybetme sonucuna götüren nedenlerin doğru bir şekilde belirlenmesi ve müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi gereklidir. Dikkatle ele alınması gereken bu faktörler:

Müşteri beklentileri ve gereksinimleri-Havayolu işletmelerin tüm hizmetlerini ayrı ayrı ele alarak bütünleşmiş bir müşteri beklenti ve gereksinim analizi yapmalıdır. Havayolu yolcusunun beklentilerinin karşılanmasına önem verdiği gözlemlendiğinden, özellikle iletişim aşamasında beklentiler iyi analiz edilmelidir.

Müşteri başvuruları-Kuruluşlar, ele alınan şikâyetlerin objektifliğini sağlamak için şikâyetlere yönelik çözümleri izlemelidir (Şahin, 2014: 85):

Anket yolu ile müşteri düşünce ve beklentilerine ulaşılması-Bagaj hizmetlerinde müşteri memnuniyetini gösteren etkenlerden biride yapılan anketlerdir. Bagaj hizmet kalitesine ilişkin müşteri algısını anlamak için aksaklık yaşamış-yaşamamış, bagajı ile seyahat eden yolculara yönelik anket yapılıp bu anketleri iyi analiz etmek gerekir. (T.C Milli Eğitim Bakanlığı, 2011: 47).

Hizmette güvenilirlik-Hizmetin güvenilirliğini, uçuş öncesi ve sonrasında yolcunun havayolu bagaj hizmetlerine duyduğu güven bakımından incelememiz gerekir.

Hizmette güvenilirlik için bagaj hizmetleri süreci öncesinde havayolunun yolcuya ilişki kurma kolaylığını ifade etmiş olması işleri kolaylaştırır. Yolcu daha önce güven duygusuna kapıldığı havayolunun

bagaj hizmetleri ile ilgili de olumlu algıya sahip olacaktır. Bu noktadan sonra önemli olan serbest bagaj taşıma hakkından, uluslararası ülke bagaj taşıma kurallarına, fazla bagaj ücretlerinden, gümrük kurallarına varıncaya dek bagajla ilgili tüm bilgilerin erişilebilir olmasıdır.

Değer yaratmak-Bagaj hizmetleri gerçekleştirilirken alınan hizmete göre yolcunun, havayoluna karşı bir değer düşüncesi söz konusu olur. Öte yandan havayolu verdiği bagaj hizmetinin kalitesi ile yarattığı tatmin ya da tatminsizlik oranında ortaya bir değer çıkarır. Yolcular, algıladıkları değer ile ürün fiyat bilgisini birlikte ele alarak karşılaştırma yapabilirler, hatta bu karşılaştırmaya kabin ve tüm yer hizmetlerini de katarak karşılaştırma yapma yoluna gidebilirler.

Öncelik vermek-Havayolu işletmelerinin rakiplerine karşı varlıklarını sürdürebilmeleri için müşterileri olan yolcuları kategorize ederek, ihtiyaçlarını tanımlamaları gerekir. Bu tanımlamalardan yola çıkarak da her bir yolcu kategorisinin öncelik durumu belirlenmelidir. Öncelik durumu belirlenirken, müşterinin nelere değer verdiğine dikkat edilmelidir. Öncelik verilen yolcu, her zaman kar amacı güdülen, kaynak ve imkânları yüksek olan gruplar demek değildir, sosyal bir proje ile öncelik verilen bazı gruplar bazı durumlarda daha fazla fayda ve saygınlık kazandırabilir. Öncelik verilmesine örnek verecek olursak, engelli bir yolcuya ait tekerlekli sandalyenin ya da bir bebeğe ait bebek arabasının ilk teslim edilen bagaj/eşya olması gibi durumlar buna örnektir (thy.com, Elit Plus Kart).

Telafi seçeneklerinin sunulması-Havayolları, şikâyetleri ilgili müşteri yönetim, şikâyet ofisleri aracılığı ile çözüme kavuşturmaya çalışırken çoğu zaman sunulan çözümlerin ya da alınan bildirimlere karşı müşteri kanalına iletilen çözüm yaklaşımları yeterli olamamaktadır. Hiçbir memnuniyetsizlik sırf işletme tarafından cevap verildi diye çözüme kavuşturulmuş olamaz. Şöyle ki, memnuniyetsizliğin ifadesi olarak yolcu kanalından alınan bildirim verilecek cevap yetersiz kalmışsa, memnuniyetsizlik konusu çözüm için bir üst kanala iletilmelidir. Gerekğinde ücret ya da alternatif telafi yöntemleri sunulmalıdır.

Yeni teknoloji, yöntem ve fikirler: Özellikle bagaj hizmetleri alanında her bir noktada farklı sistemler, teknolojiler kullanılabilir. Yeni teknoloji, yöntem ve fikirler, yolcu açısından işlem basamaklarını azaltmalı, zaman kazandırmalı, her hangi bagaj aksaklığını önleyecek kabiliyette ve müşteri odaklı sistemler olmalıdır.

Hizmette kolaylık-Bagaj taşıma kuralları, ülke gümrük, mevzuat uygulamaları ve daha birçok konu yolcular açısından, birer sorun haline gelmeden hizmetin sorunsuz gerçekleşmesi için önceden özet bilgiler halinde anlaşılır bir dille yolcu kanalına ulaştırılmalıdır.

Ödenen ücretin karşılığını nihayetinde vermek-Henüz her hangi bir aksaklık oluşmadan, bagajı yolcudan teslim alırken sergilenecek hizmet kalitesi, yolcu açısından ödediği ücretin karşılığını aldığına dair inancı pekiştirecektir. Aksaklık oluştuğundan sonra ise, sunulacak telafi yöntemleri ödenen ücretin karşılığının verilmesi duygusunu geliştirecektir.

Hava Yolu Sektörü ve Bagaj Hizmet Kalitesi Yönetimi

Havayolu taşımacılığının gelişmesi ve dünya milletlerinin küresel kimlik arayışlarının etkisiyle ülkemizden Amerika kıtasına, Avrupa'dan Asya'ya seyahat etmek keyifli hale gelmiştir. Havayolu ulaşımı, diğer ulaşım sistemlerine göre her geçen gün daha fazla tercih edilmeye, uluslararası ve ülke içi ulaştırmada daha etkin rol almaya devam etmektedir (Bakırcı, 2012: 343). Bu denli gelişen ve yolcu sayısı her geçen gün artan sektörde, yolcu beraberinde seyahati sağlanması gereken bagaj sayıları da artmıştır. 2013 yılı IATA verilerine göre bin yolcu başına düşen kayıp bagaj oranı 6.96 olarak belirlenmiştir. Bu oran 2012 yılında 8.83 düzeyinde gerçekleşmişti. Günümüzde gelişen havacılık sektörü ile birlikte yolcu ve yük taşımacılığı yapan havayolu sayısı artmış ve bu havayollarının performans göstergeleri arasında bagaj hizmetleri de yerini almıştır. Uluslararası havayolu ve havacılık kuruluşları bünyesindeki havayollarının bagaj aksaklık verilerini düzenli periyodlarla yayınlamaya başlaması, rekabetin hizmet kalitesi bağlamında artmasına neden olmuştur. Son yıllarda ülkemiz yolcu sayılarında yaşanan artış, toplam kargo trafiğine de son birkaç yılda

yansıyaya başlamıştır. 2011 yılında toplam 584.474 ton olan kargo taşımacılığının 76.269 ton'u iç hatlarda, 508.205 ton'u dış hatlarda gerçekleşmiştir. 2010/2011 yılları artış oranı %8'dir. Dış hatlar kargo taşımacılığı sürekli artış içerisindedir. İç hat kargo taşımacılığı da toplam hava trafiğimize artış eğilimi içine girmiştir (TOBB, 2011: 31).

Türkiye'de Havayolu Ulaştırma Sektörü Gelişimi ve Havaalanlarının Mevcut Durumu

2014 yılı itibarı ile Türkiye'de faaliyette olan 52 havaalanı vardır. 1900'lerin başında Türkiye'de ilk hava taşımacılığının başladığı yer olan Atatürk Havalimanı, 1953 yılında uluslararası hava trafiğine açılmıştır. 29 Temmuz 1985 tarihinde adı, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün soyadı verilerek, Atatürk Uluslararası Havalimanı olarak değiştirilmiştir (Wikipedia TR, Atatürk Havalimanı). Atatürk havalimanı ülkemizde ki havalimanları arasında, toplam yolcu trafiği bakımından birinci sıradadır. Atatürk hava limanının hızlı gelişimi, çevresinin de gelişmesine katkı sağlamış ve zamanla havalimanın şehrin içerisinde yer almasına neden olmuştur. Atatürk havalimanının uçuş ve yolcu yoğunluğu, havalimanı bünyesinde çeşitli sistem, proje, alt yapı ve nitelikli gelişim çalışmaları ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Zaman içerisinde tüm çalışmaların gerçekleştirilmiş olmasına rağmen alan yetersizliği ve gelecekte beklenen uçuş-yolcu trafiği artışı, yeni bir havalimanı gereksinimi ortaya çıkarmıştır. İhtiyaç doğrultusunda İstanbul şehrinde yeni bir havalimanının inşasına devlet eli ile başlanmıştır. Hava taşımacılığı, kısa sürede çok hızlı teknolojik ve yapısal değişiklikler gösteren bir sektördür (Okumuş, Asil, 2007: 153). Sık uçan yolcu sayısındaki artış, değişen ve yeni arayışlar içerisinde olan yolcuların, hizmet kalitesi beklentisini de arttırmıştır. Önceleri faaliyetleri yük ve yolcu taşımacılığı ile sınırlı kalan havaalanları, içerisinde otelden raylı sisteme, güzellik merkezinden büyük alışveriş merkezlerini aratmayan çeşitli mağazalara ihtiyaç duyulan, sosyal alanlar haline gelmiştir. Havalimanı kentleri bağlamında "Airport City", "Aerotropolis" veya "Aviapolis" gibi adlarla anılan bu stratejik durum yeni bir mekânsallık belirtiyor. Bu yeni mekânsallık, kent ve havalimanlarının fiziksel olarak ayrıldığı, ulaşımın tek kanalla sağlandığı yerleşim tipinin yerine, kent

ve havalimanının ortak bir zemine oturduğu ve çok kanallı ulaşımınla bütünleştiği yeni yerleşimler ortaya çıkıyor (Transport, 2012). Ülkemizde 2003 yılında iç hatlarda özel havayollarının faaliyetlerini büyütürken, yeni havayollarının sektöre katılmasıyla rekabet ve yolcu sayısı artmış, firmaların uçak filosu, uçuş noktası artışı ile birlikte sektörde uzman personel istihdam ihtiyacı baş göstermiştir.

THY Havayolu Bagaj Hizmet Kalitesi İyileştirmeleri ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin İncelenmesi

Araştırmanın amacı-Bagaj hizmet kalitesinin yolcuların genel memnuniyeti üzerindeki etkilerinin tespitine yönelik yapılan bu çalışmanın amacı, yolcuların bagaj hizmetlerine yönelik iyileştirmeleri algılamaları, memnuniyetlerinin ölçülmesi ve bagaj hizmetlerine ilişkin “ana birimler ele alındığında” hizmet kalitesi algılamaları arasında fark olup olmadığının ve genel memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Sektörel üstünlük ve ülkemiz havayolları arasında en fazla yolcu kapasitesine sahip olması nedenleri ile araştırmamızda THY firması ve yolcuları bagaj hizmetleri açısından incelenerek analiz edilmiştir. Bagaj hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için öncelikle yapılması gereken aksaklık yönetim süreçlerinin iyileştirilmesidir. Sivil Havacılık Kanunu’nun yürürlüğe geçmesiyle ile özel havayollarının faaliyete başlaması, daha önce sektörde yalnız olarak faaliyet gösteren THY’nin rekabetle karşılaşmasını gündeme getirmiştir. 2015 Mart ayı itibarı ile 108 ülkeyle dünyanın en fazla ülkeye uçan havayolu şirketi konumundaki THY, 219’u dış hat olmak üzere, 264 noktaya ulaşmaktadır. (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, kdk.gov.tr, Sayılarla/Turkiyenin-Uluslararası-Prestiji-Thy-İle-Guc-Kazaniyor: 13) 2000’li yıllarla birlikte krizler, terör saldırıları gibi havacılık açısından olumsuz faktörler söz konusu olmuş, havayollarında gerek yolcu sayısı gerekse doluluk oranlarında eksiye doğru gidiş söz konusu olmuştur. Son 12 yılda havacılık dünyada yılda ortalama % 5 büyürken, Türkiye’de % 14,5 seviyesinde büyümüştür. Türkiye, dünya ortalamasının 3 katına yakın büyüme sağlamıştır. Türkiye taşınan ton*km ölçeğinde 2003 yılında dünya sıralamasında 30

uncu sırada iken 2013 yılında 15 inci sıraya, Avrupa’da ise 5 inci sıraya yükselmiştir. (Ortadoğu Gazetesi Ekonomi Haberleri, 03-31-2008).

1 Nisan 2008’den beri dünyanın en büyük havayolu birliği; “Star İttifakı”na üye olan Türk Hava Yollarının, en bilinen ödüllерinin başında, Skytrax ödülleri gelmektedir. Skytrax, değerlendirmelerinde THY, 2009 ve 2010 yıllarında “Güney Avrupa’nın En İyi Havayolu Şirketi”, 2010 yılında aynı zamanda, “Avrupa’nın En İyi 3. Havayolu Şirketi” olarak ilân edildi. Yine aynı yıl, Türk Hava Yolları ve DO&CO ikram şirketinin ortak kuruluşu olan, Turkish DO&CO ekonomi sınıfı ikramı, dünya sıralamasında en iyi ikram seçildi. 2015 Skytrax yolcu değerlendirme sonuçlarına göre son beş yıldır “Avrupa’nın en iyi havayolu şirketi” ilân edilen Türk Hava Yolları, üst üste 7. kez “güney Avrupa’nın en iyi havayolu şirketi” seçildi. THY, dünyanın, “en iyi business class özel yolcu salonu” ve “en iyi business class özel yolcu salonu ikramı” ödüllерinin de sahibi oldu (thy.com, Kurumsal/Basın-Odası/Bir-Bakışta-Thy/Başarı-Hikayesi). THY, dünyanın en çok noktasına uçan havayolu unvanını açık ara elinde tutmakla birlikte küresel anlamda 6 bin şirket ile kurumsal anlaşmalar yapmaktadır. THY, bu kanaldan 2014’te 2 milyar dolar gelir elde etmiş gelecek dönemde ise payını, toplam gelirlerinin yüzde 30’una çıkartma hedefindedir (Ceyhun, dunya.com, Şirketler/6 Bin Uluslararası-Şirketi Thy’li-Yaptı).

THY ve Bagaj Hizmet Kalitesi İyileştirme Çalışmaları

THY uygulama çalışmasında iyileştirme çalışmalarının birinci basamağında bagaj hizmetlerine ilişkin yönetim süreçlerinin yeniden tasarlanarak etkin ve işlevsel bir yönetim anlayışının benimsendiği gözlemlenmektedir. Mevcut bagaj aksaklıklarını en aza indirmek amacı ile bagaj hizmetleri ile ilgili birimlerin yeniden tasarlanarak, tüm bagaj yönetimi süreçlerinin tek çatı bünyesinde toplanan birimler olarak şekillendirilmesinin, iyileştirme etkinliğini arttıracakı öngörülmektedir. Uçulan tüm noktalarda verilen bagaj hizmetlerinin ölçümlenebilmesi için kontrol formları oluşturulmuş bu sayede istasyon kayıp ve bulunan eşya işlemlerinden yükleme boşaltma alanlarına kadar hizmetin takip ve kontrolünün sağlanabilmesi mümkün görülmektedir. Gelişen teknolojik şartlar ve iyileştirmeye açık alanlar kapsamında bagaj

hizmetlerine ilişkin sistemlerin bütünleşmiş olarak tesis edilmesinin, aksaklıkların takip ve iyileştirilmesi aşamalarında gerekli olduğu düşünülmektedir.

Müşteri memnuniyetine yönelik, bagaj hizmetleri ile ilgili yolcuların merak ettiği uygulama ve kuralların erişilebilir olması THY' nin müşteriyi ilgilendiren güçlü yönleri olarak gözlemlenmiştir. Havayollarının özellikle web sitelerindeki bagaj kural ve mevzuat bilgileri, uçuş öncesi bilet satış ofislerindeki bilgi kanalları, çevrimiçi kayıp bagaj takip sistemleri güncel ve yeterli olmalıdır. Özellikle check-in (bagaj kabul) alanları ve kayıp ve bulunan eşya ofisleri yolcunun bagaj konusunda ilk müracaat yerleri olduğundan bu alanların fiziksel koşulları, yolcu açısından konfor ve kolaylık sunmalıdır. THY'nin bagaj bilgileri ile ilgili bildirim broşürleri, kayıp ve bulunan eşya ofislerindeki sıramatikler, bekleme alanlarının düşünülmüş olması müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik özellikler olarak gözlemlenmiştir. THY müşteri geri bildirim personellerinin her hangi yolcu başvurusu olmadan aksaklık yaşayan yolcuları uçuş tarihinin altıncı günü arayarak, bagaj aksaklığına ilişkin durum ve süreç bilgisi vermesini, hizmet kalitesi iyileştirmelerinin güzel bir örneği olarak tanımlanabilir.

Müşteri geri bildirim süreçlerinin iyileştirilmesi çalışmaları, müşteri geri bildirim sürecinin havayolunun diğer müşteri geri bildirim süreçlerinden ayrı olarak tasarlanması ve bagaj hizmetleri konusunda tecrübeli personellerin ikame ettirilmesi ile gerçekleştirilebilir. Bagaj hizmetleri, tüm genel havacılık kavramları ile ilgili olduğundan hizmet kalitesinin sağlanabilmesi için görevli personellerin genel havacılık konusunda tecrübeli, aynı zamanda bagaj konusunda kalifiye yeterliliklere sahip olması gereklilik olarak görülmektedir. Bagaj konusunda havayollarının web siteleri incelendiğinde birçok havayolunun aksaklık durumunda yolcu açısından yapılması gerekenlere ilişkin açıklamalarının ve takip sürecine ilişkin verilen bilgilerin yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle bagaj aksaklığı yaşandığında yolcu nereye hangi şartlarda başvurmalıdır, başvuru sonrası kayıp bagajın araştırılma, tazminat talebi var ise talebin

değerlendirilme süreleri ne kadardır sorularına karşılık verilebilmelidir. Bu konular hizmet kalitesinin ölçümlenebilmesi için önemli olup iyileştirmeye açık alanlar olarak gözlemlenmiştir. THY bagaj hizmetleri personellerinin (kayıp ve bulunan eşya, müşteri geri bildirim, çağrı merkezi vb.) bagaj konusunda uluslararası eğitimlere ve sınavlara tabii tutulmuş olması bagaj hizmet kalitesine katkı sağlayan alanlar olarak gözlemlenmiştir. Havayolları bagaj hizmet kalitesinin yapılandırılmasında, her bir süreç kendi içinde özenle tasarlanmalı ve tüm süreç sahipleri ve elemanları eğitimle desteklenmelidir.

Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

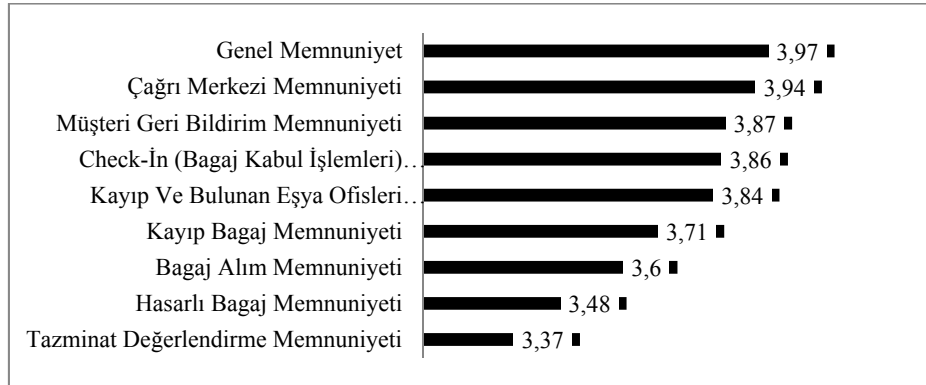
Araştırmada veri toplama aracı olarak temel olarak iki bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Birinci bölüm katılımcıların demografik ve uçuş bilgilerinin alındığı kişisel bilgi bölümü, ikinci bölüm ise check-in (bagaj kabul işlemleri), bagaj alım, kayıp ve bulunan eşya ofisleri, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyetin ölçüldüğü bagaj hizmetleri süreçleri memnuniyeti bölümüdür. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme türleri arasında yer alan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Kurtuluş,1996: 231). Araştırmanın ana kütlesi, Türkiye’de havayolu ile seyahat eden yolculardan oluşmaktadır. Anketler, İstanbul Atatürk Havalimanı iç hatlar ve dış hatlar terminallerinde yolcularla, yüz yüze yapılmıştır.

Veri toplanmasına geçilmeden önce kolayda örnekleme metoduyla araştırma örneğini temsil edecek şekilde seçilen 20 yolcuyla ön anket çalışması gerçekleştirilmiş, soruların anlaşılabilirliği, sırası, cevaplama süresi gibi nitelikler tespit edilerek, anket formuna son hali verilmiştir. Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanan anket formu Türk ve yabancı yolculara uygulanmıştır. Verilerin analizi SPSS 21.0 programında yapılmıştır. Memnuniyet ifadelerine yönelik geçerlik ve güvenilirlik analizi yapılarak faktör yapıları belirlenmiş ve ardından memnuniyet puanları hesaplanmıştır. Çalışmada evren sayısı 3500, güvenilirlik %95 alınmış ve ulaşılmaması gereken örneklem sayısı 346 olarak hesaplanarak 210’u Türk, 136’sı yabancı olmak üzere belirtilen örneklemin %98’ini oluşturan 339 kişiye ulaşılmıştır. Hipotezlerin test edilmesi işleminde

uygulanacak analiz tekniklerine normallik testi sonucu karar verilmiş ve normal dağılım gösteren puanlar için t testi ve Anova, normal dağılım göstermeyen puanlar için Mann Whitney ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Çalışmada memnuniyet puanlarının ilişkisi Spearman Korelasyon testi ile incelenmiştir.

Bulgular ve Değerlendirmeler

Araştırmaya katılan yolcuların Check-İn (Bagaj Kabul İşlemleri) Memnuniyeti puanları ortalaması 3,86; Bagaj Alım 3,60, Kayıp Ve Bulunan Eşya Ofisleri 3,84, Çağrı Merkezi 3,94, Müşteri Geri Bildirim 3,87, Kayıp Bagaj 3,71, Hasarlı Bagaj 3,48, Tazminat Değerlendirme 3,37 ve Genel Memnuniyet puanları ortalaması 3,97'dir. Buna göre yolcuların en memnun oldukları konu genel memnuniyet ve çağrı merkezi memnuniyeti iken en az memnun oldukları konu tazminat değerlendirme ve hasarlı bagaj memnuniyetidir.



Şekil 1. Memnuniyet puanlarının ortalama değerlerine göre sıralaması

“Uçuş öncesinde bagaj hizmetleri konusunda gerekli bilgilerin sunulması” için iyileştirme ihtiyacının en önemli olduğunu belirtenlerin oranı %31, “Check-in işlemleri” için %40,6, “Kayıp ve bulunan eşya ofisleri işlemleri” için iyileştirme ihtiyacının en önemli olduğunu belirtenlerin oranı ise %6,5'dir. Bagaj hizmetleri açısından genel olarak süreçler bazında her bir sürecin iyileştirme oranı % 1 ila 2,6 aralığında gerçekleşmiş olup en fazla iyileştirme ihtiyacı olduğu düşünülen süreçlere ait yüksek oranlar Çizelge 1’de belirtilmiştir.

Çizelge 1. Bagaj hizmetlerinde en fazla iyileştirme ihtiyacı olduğu düşünülen alanlar

		En Önemli	2	3	4	5	6	7	8	9	En Öne msiz
Uçuş Öncesinde bagaj hizmetleri konusunda gerekli bilgilerin sunulması	n	48	42	16	11	8	3	6	9	$\frac{1}{2}$	0
	%	31,0	27,1	10,3	7,1	5,2	1,9	3,9	5,8	$\frac{7}{7}$	0,0
Check-in işlemleri	n	63	44	13	11	4	5	2	$\frac{1}{0}$	3	0
	%	40,6	28,4	8,4	7,1	2,6	3,2	1,3	$\frac{6}{5}$	$\frac{1}{9}$	0,0
Kayıp ve bulunan eşya ofisleri işlemleri	n	10	9	19	39	38	17	15	3	5	0
	%	6,5	5,8	12,3	25,2	24,5	11,0	9,7	$\frac{1}{9}$	$\frac{3}{2}$	0,0

Çizelge 2’de yer alan bagaj hizmetleri memnuniyet puanlarının ilişki analizine göre; bagaj hizmet süreçleri memnuniyetleri arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Pozitif yönlü kuvvetli ilişki durumu olan süreçlerin memnuniyet ilişkileri şöyledir: Çağrı Merkezi ve Müşteri Geri Bildirim Memnuniyeti arasında 0,809, Kayıp Bagaj ve Hasarlı Bagaj Memnuniyeti arasında 0,815, Hasarlı Bagaj ve Genel Memnuniyet arasında 0,776, Müşteri Geri Bildirim ve Hasarlı Bagaj Memnuniyeti arasında 0,749, Müşteri Geri Bildirim ile Genel Memnuniyet arasında 0,749, Tazminat Değerlendirme ve Genel Memnuniyet puanları arasında 0,743 oranında ilişki vardır.

Çizelge 2. Bagaj hizmet süreçleri memnuniyet puanlarının ilişki analizi (Spearman Korelasyon testi)

	Check-İn (Bagaj Kabul İşlemleri)	Bagaj Alım Memnuniyeti	Kayıp Ve Bulunan Eşya Ofisleri	Çağrı Merkezi Memnuniyeti	Müşteri Geri Bildirim	Kayıp Bagaj Memnuniyeti	Hasarlı Bagaj Memnuniyeti	Tazminat Değerlendirme	Genel Memnuniyet
Check-İn (Bagaj Kabul İşlemleri)	1,00 0	,653 **	,635 **	,605 **	,646* *	,600* *	,607* *	,421* *	,518* *
Bagaj Alım Memnuniyeti		1,00 0	,652 **	,563 **	,489* *	,575* *	,492* *	,381* *	,466* *
Kayıp Ve Bulunan Eşya Ofisleri			1,00 0	,701 **	,644* *	,668* *	,604* *	,477* *	,566* *
Çağrı Merkezi Memnuniyeti				1,00 0	,809* *	,633* *	,643* *	,537* *	,631* *
Müşteri Geri Bildirim					1,00 0	,718* *	,749* *	,634* *	,749* *
Kayıp Bagaj Memnuniyeti						1,00 0	,815* *	,713* *	,734* *
Hasarlı Bagaj Memnuniyeti							1,00 0	,750* *	,776* *
Tazminat Değerlendirme								1,00 0	,743* *
Genel Memnuniyet									1,00 0

** $p < 0,01$

Hipotez ve Analizlerin Doğrulanma Durumu

Check-in (bagaj kabul işlemleri) , bagaj alım, kayıp ve bulunan eşya ofisleri, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme memnuniyeti ve genel memnuniyet konularında bagaj hizmetleri süreçleri ele alınarak tanımlanmıştır.

Araştırmaya ilişkin hipotez bilgileri analiz sonuçları ile eşleştirilmiş ve doğrulanma durumları çizelge 2’de gösterilmiştir. Buna göre; Check-İn (Bagaj Kabul İşlemleri) , Bagaj Alım, Kayıp ve Bulunan Eşya Ofisleri, Çağrı Merkezi, Müşteri Geri Bildirim, Kayıp Bagaj, Hasarlı Bagaj, Tazminat Değerlendirme Memnuniyeti ve Genel Memnuniyet puanları arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Memnuniyet durumları uyruğa, cinsiyete, yaşa, eğitim düzeyine, eğitim durumuna, iş, aylık gelir, THY ile seyahat sıklığı, seyahat edilen kabin ve seyahat nedenine göre farklılık göstermektedir. H1g olarak ifade edilen hipotez dışındaki tüm hipotezler doğrulanmış olup H1g verisine ilişkin sonuç, farklı işlerde çalışan kişilerin bagaj hizmetleri memnuniyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamasıdır.

Çizelge 3: Hipotez ve analizlerin doğrulanma durumu

Hipot ez No	Hipotez Varsayımı	Analiz Sonucu	Çizelge No	Doğrulanma Durumu
H1a	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet puanları arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.	İlgi hipotez varsayımları arasında pozitif yönlü kuvvetli ilişki bulunmaktadır.	4.17	Doğrulandı
H1b	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet uyruğa göre farklılık göstermektedir.	Türk yolcuların, yabancı yolculardan; Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyeti daha fazladır.	4.18	Doğrulandı

H1c	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Kadınların erkek yolculardan; kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme memnuniyetleri daha fazladır.	4.20	Doğrulandı
H1d	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet yaşa göre farklılık göstermektedir.	60 yaşından büyük olanların diğer yaş guruplarından; bagaj alım hizmeti, kayıp ve bulunan eşya, çağrı merkezi memnuniyeti en fazladır. 45-60 yaş arası olanların ise tazminat değerlendirme memnuniyeti en fazladır.	4.22	Doğrulandı
H1e	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.	Eğitim durumu lise olanların genel olarak verilen hizmetlerden memnuniyeti en fazladır.	4.23	Doğrulandı
H1f	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, medeni duruma göre farklılık göstermektedir.	Evli olanların hasarlı bagaj hizmeti memnuniyeti en fazladır.	4.24	Doğrulandı
H1g	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve	Farklı işlerde çalışan kişilerin bagaj hizmetleri memnuniyetleri arasında	4.26	Doğrulandı 1

	genel memnuniyet işe göre farklılık göstermektedir.	istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamaktadır.		
H1h	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, aylık gelire göre farklılık göstermektedir.	Aylık ortalama geliri 4001 TL ve üzerinde olanların hasarlı bagaj, ortalama geliri 1001-3001 TL arası olanların tazminat değerlendirme memnuniyeti en fazladır.	4 .27	Doğrulandı
H1i	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, THY ile seyahat sıklığına göre farklılık göstermektedir.	THY ile seyahat etme sıklığı arttıkça; Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyeti azalmaktadır.	4 .29	Doğrulandı
H1j	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, seyahat edilen kabine göre farklılık göstermektedir.	Ekonomi sınıfta seyahat edenlerin Business sınıfa göre; Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyeti fazladır.	4 .30	Doğrulandı

H11k	Check-in, bagaj alım, kayıp eşya, çağrı merkezi, müşteri geri bildirim, kayıp bagaj, hasarlı bagaj, tazminat değerlendirme ve genel memnuniyet, THY ile seyahat nedenine göre farklılık göstermektedir.	THY ile seyahat nedeni tatil olanların check-in, seyahat nedeni ziyaret olanların bagaj alım memnuniyeti en fazladır.	4.31	Doğrulandı
------	---	---	------	------------

Sonuç

Havayolu taşımacılığı sektöründe yaşanan gelişmeler ve değişimler ülkemizi de etkilemiş, gelişen pazar talepleri ile çok kısa süre içerisinde özel havayolu işletmelerinin sayısı artmıştır. Ulusal pazarda en büyük kapasiteye sahip olan Türk Hava Yolları ise dünya markaları ile rekabet edebilir duruma gelmiştir. Havayolları açısından, uçuş ağı ve yolcu sayılarının artması, yolcu açısından tercih edilecek havayolu sayısının artması ile birlikte hizmet kalitesi iyileştirmeleri memnun yolculara ulaşmada birincil amaç haline gelmiştir. Sektörde büyümenin devam etmesi ve kalıcılığın sağlanması için hizmet kalitesi unsurlarından taviz vermemek gerekmektedir.

Yolcuların havayolundan aldığı hizmetin kalitesine ve iyileştirmelere ilişkin yapılan geliştirmelerin yolculara sunulup sunulmamasına, algı ve düşüncelerini ölçmeye odaklı olan bu araştırmanın kısıtları arasında en önemli unsur, araştırmanın Türk Havayolları Atatürk Havalimanı iç hat ve dış hat yolcuları ile sınırlı olmasıdır. Araştırmanın bir diğer kısıtı bagaj hizmet kalitesi unsurları, kavram içeriğinin doldurulması, süreçlerin tanımlanarak süreç aksaklıklarının tespiti, bagaj hizmetleri uygulamaları ile hizmet kalitesi iyileştirmelerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi konularında literatürde bilimsel araştırmaların bulunmamasıdır. Yapılan çalışma ile THY yolcularının bagaj hizmetleri konusunda duyduğu memnuniyetin incelenmesi ve memnuniyeti etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yolcuların en memnun oldukları konu genel memnuniyet ve çağrı merkezi memnuniyeti iken en az memnun oldukları konu tazminat değerlendirme ve hasarlı bagaj memnuniyetidir.

Araştırma sonucunda elde edilen memnuniyet düzeyi, THY yöneticilerine iyileştirilmesi gereken süreç ve uygulamalar açısından yol gösterici niteliktedir. THY yolcularının uyruk, cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, uçulan kabin sınıfı, seyahat etme sıklığı ve seyahat etme nedenine göre memnuniyet düzeyinin aynı olmadığı tespit edilmiştir. Bu farklılık kaynaklı memnuniyet düzeyleri aynı olmayan yolcular sınıflandırılarak, yolcu memnuniyet özelliklerine göre sunulacak bagaj hizmet uygulamaları geliştirilmelidir. Bu çalışmada, THY yolcularının en memnun oldukları konular genel memnuniyet ve çağrı merkezi memnuniyeti olarak belirlenmiştir. Bu nedenle THY' nin, genel bagaj hizmet kalitesi göz önüne alındığında yolcuların beklentilerini karşıladığını söylemek mümkündür. Çağrı merkezi gibi ilk ve en sık kullanılan iletişim kanallarından birine duyulan memnuniyet, Türk Hava Yollarının bagaj hizmet kalitesi memnuniyeti açısından güçlü yönü olarak düşünülmektedir. Araştırmada bagaj hizmetlerinin önem düzeyine ilişkin yolcuların üçte birinin bagaj hizmet kalitesini en önemli hizmet kalitesi unsuru olarak gördüğü ölçümlendiğinden, hizmet kalitesine yönelik yolcu farkındalığının önümüzdeki yıllarda da artacağı öngörülmektedir. Havayollarının hizmet kalitesini artırıcı iyileştirme hedefleri ile algılanan kaliteyi artırması gerekecektir.

Bundan sonra havayolları bagaj hizmetleri konularında yapılacak akademik çalışmalarda, öncelikle havayolu bagaj hizmetleri süreçlerinin incelenerek, süreç aksaklıkları göz önünde bulundurularak hizmet kalitesine ilişkin anket çalışmalarına yer verilmelidir. Anket süresinin uzunluğu nedeni ile yüz yüze anket yerine elektronik ortamda anketlerin cevaplanmasının sağlanması, anket çalışması Atatürk havalimanında gerçekleştirildiğinden diğer havalimanlarının bagaj hizmetleri açısından farklı alt yapılar kaynaklı farklı bagaj hizmet kalitesi verileri içereceğinden sonraki çalışmaların değişik havalimanlarında yapılması faydalı olacaktır. Bagaj hizmetlerinin gerçekleştirilmesi, fiziken bagajın yolcudan alınıp teslim edilmesine kadar geçen sürede sistemle birlikte bir yer-alan ihtiyacı doğurduğundan, ihtiyaç duyulan alanı küçülten sistem ve fikirlere daima açık olunmalıdır. Yeni teknoloji, yöntem ve fikirler, yolcu açısından işlem basamaklarını azaltmalı, zaman kazandırmalı, her

hangi bagaj aksaklığını önleyecek kabiliyette ve müşteri odaklı sistemler olmalıdır.

İyi bir havayolunun uzun çalışmalar sonucunda kazanılan saygınlığının bir anda kaybedilmesinin önlenmesinin en etkin yolu, hizmetin kusursuz sağlanması amacıyla tüm süreçlerin sürekli olarak takip edilmesi ve iyileştirilmesidir. Bagaj hizmetleri açısından İstasyon Aksaklık Takip Süreci, sürekli gözlemlenmeli ve güncel uygulamalar açısından denetlenerek yolcu açısından hızlı ve çözüm sağlanan kanallar haline getirilmelidir. Bagaj hizmetleri açısından hizmetin tüketimi, bagaj hizmetleri süreçlerinin gerçekleştirilmesi esnasında hizmetin yolcuya sunulması ile gerçekleşecektir. Bu nedenle check-in bankosu personelinin yolcuyu nezaketle karşılaması, uçuş varışında bagaj teslim alanındaki görevli personelin doğru ve yardımsever yönlendirmeleri hizmet buluşmasının gerçekleştiği anlarda yolcu ile havayolunun pozitif yönde karşılaşmasını sağlayacak, doğru iletişim ile müşteri memnuniyetinin sağlanması mümkün olacaktır. Hem tüketici hem de havayolunun uluslararası arenada bagaj hizmetleri açısından bulunduğu konumu diğer havayolları ile karşılaştırabilmesi, hedefler belirlenmesi ve hizmet kalitesinin uluslararası boyutta geliştirebilmesi için; bagaj aksaklık verileri tarafsız kurumlar tarafından yayınlanmalı ve bu yayınların havayolları tarafından iyileştirme etkisi alanlarında kullanımı sağlanmalıdır. Bununla beraber, gümrük kurallarının yolcu ve havayolu açısından aksaklığa sebebiyet vermeyecek şekilde tasarlanması, bagaj transfer işlemleri, radyasyon ölçüm sistemleri, bagajların hasarlanmasını engelleyecek çözümler geliştirilmesi, kayıp bagajın sistemsal takibi bagaj uygulamaları konusunda havayollarının iş birliğine giderek ortak uygulamalar geliştirmesinin sektör için faydalı olacağı öngörülmektedir. Sistem birliği ya da kayıp bagaj yükleme bilgisi temini konusunda tüm havayollarınca kullanılan tek bir sistemin olmaması bagaj hizmetleri uygulamaları açısından önemli bir eksikliklerdir. Bu sorunun giderilmesi havayolları açısından ilave maliyet getireceği aşikâr olup, uluslararası düzenlemeler ile devlet desteği de sağlanarak konunun hayata geçirilmesinin mümkün olacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- [1] Ateş, R., (2006). Mutsuz Müşteri 23 Yıl Konuşur, *Kapital Dergisi*.
- [2] Bakırcı, M., (2012). Ulaşım Coğrafyası Açısından Türkiye’de Havayolu Ulaşımının Tarihsel Gelişimi Ve Mevcut Yapısı, *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 25.
- [3] Cebeci, U., (2011). Havacılığın Kuralları 11 Eylül’de Değişti, *Hürriyet Gazetesi*, 11.09.2011.
- [4] Ceyhun, E., (2015). *Finans Sohbetleri*, Editör: Gerede, E., Havayolu Taşımacılığı Ve Ekonomik Düzenlemeler Teori Ve Türkiye Uygulaması, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları, No: HUD / T-01.
- [5] Değirmen, H.A., (2006). *Müşteri Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- [6] Dört Yol, İ. T., (2014). *Ulusal Kültür Perspektifinden Hizmet Kalitesi ve Müşteri Değeri*, İstanbul: Beta Yayınları.
- [7] Eyüboğlu, F., (2012). *Süreç Yönetimi ve Süreç İyileştirme*, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2.Baskı.
- [8] Gümüşoğlu, Ş.vd., (2007). *Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- [9] Gürçay, C., (1997). *Amaç=Kalite + Mükemmellik Araç=Güdüleme Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, Ankara: MPM Yayınları, Kasım, Sayı 107.
- [10] Grönroos, C., (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*, Great Britain: Second Edition, John Wiley&Sons, Ltd.
- [11] Karalar, R., (2001). *Genel İşletme*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- [12] Knutson, B.J., (1988). “Ten Laws of Customer Satisfaction”, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol 29.
- [13] Kotler, P., (1999). *Principles of Marketing*, New Jersey: Prentice-Hall.
- [14] Kurtuluş, K., (1996). *Pazarlama Araştırmaları*, İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi İktisadi Enstitüsü yayınları, Yayın No: 160, Genişletilmiş Beşinci Baskı.

- [15] Okumuş, A. ve Asil, H., (2007). Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 13.
- [16] Oliver, R.L., (1986). “A Cognitive Model of The Antecedens and Consequences of Satisfaction Decides”, *Journal of Marketing Research*, Vol.17.
- [17] Şahin, H., (2014). *Sürdürülebilir Müşteri Memnuniyeti ve Şikâyet Yönetimi*, Ankara: Kitabe Yayınları.
- [18] Şen, B., (2009) Şikâyet Bir Fırsat Olabilir mi?, *Önce Kalite Dergisi*.
- [19] Tan, İ., (2013). Bir Malzeme Taşıma Sisteminin Başarısının Anahtarı, Onu çalıştıran ve Yöneten, İnsan, *Maden Ocak Teknolojileri Dergisi*.
- [20] T.C. Millî Eğitim Bakanlığı (2011). *Müşteri Memnuniyeti (CRM)*, Ulaştırma Hizmetleri , Ankara.
- [21] T.C. Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Mart 2009, *Havaalanı Yolcu Terminalleri Tasarım Esasları*, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları, Birinci Baskı.
- [22] T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu (2011). *Hizmete Özel, Araştırma ve İnceleme Raporu*.
- [23] İşte Türk Sivil Havacılığının Fotoğrafi (2012). *Transport Dergisi*, 100.sayı.
- [24] Top, S. (2013). *Toplam Kalite Yönetimi 4.Hafta Ders Notları*, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- [25] Türk, Z. (2009). Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Servperf Ölçeği, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, **Cilt 18**, Sayı 1.
- [26] Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (1999). *Havacılık Talimatı*, SHY-150.10A, Havaalanları Yer Hizmet Türleri ve Detayları, Yolcu (ve Bagaj) Trafik.
- [27] Yıldırım, G. (2013). Devletler ve Kurumlar Neden İletişime Daha Fazla Önem Vermelidirler, *Aydın, İstanbul Aydın Üniversitesi Uygulama Dergisi*.

İnternet Kaynakçası

- [28] Elit Plus Kart, *Üyelik Avantajları*, <http://www.turkishairlines.com/tr-tr/miles-and-smiles/uyelik-avantajlari/elite-plus-kart>, (03 Ocak 2015).
- [29] Ekonomi Haberleri, *Ortadoğu Gazetesi*, 03-31-2008, <http://www.ortadogugazetesi.net/haber.php?haber=thy-rekor-kirdi&id=4503> , (27 Aralık 2015).
- [30] T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, *Türkiye'nin uluslararası prestiji THY ile güç kazanıyor*, <http://kdk.gov.tr/sayilarla/turkiyenin-uluslararasi-prestiji-thy-ile-guc-kazaniyor/13>, (27 Aralık 2015).
- [31] Thy.com, Bir Bakışta Thy, *Başarı Hikâyesi*, <http://www.turkishairlines.com/tr-tr/kurumsal/basin-odasi/bir-bakista-thy/basari-hikayesi>, (27 Aralık 2015).
- [32] T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, *Türkiye'nin uluslararası prestiji THY ile güç kazanıyor*, <http://kdk.gov.tr/sayilarla/turkiyenin-uluslararasi-prestiji-thy-ile-guc-kazaniyor/13>, (27 Aralık 2015).
- [33] Wikipedia, *Atatürk Havalimanı*, http://tr.wikipedia.org/wiki/Atat%C3%BCrk_Havaliman%C4%B1, (18 Ekim 2014)