

BİR SEYAHAT İŞLETMESİNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİ

Mikail ALTAN*

Orhan ENGİN**

Özet

Müşteri memnuniyeti; bir işletmenin ürün ya da hizmetleri kullanması sonucu müşterinin bu ürün ya da hizmetin değeri, niteliği ve özellikleri hakkındaki olumlu ya da olumsuz duygularının tamamıdır. Bu çalışmada şehirler arası taşımacılık yapan bir seyahat işletmesinde müşteri memnuniyeti ölçülmeye çalışılmıştır. Seyahat işletmesinde, yolcuların seyahatleri sonunda; ağırlama, bakım temizlik, konuğa saygı, kaptanın ve host / hosteslerin tutumu, rezervasyon ve bilet satış hizmetleri, ikram ve servis konularında anket yardımı ile görüş bildirmeleri istenmiştir. Ayrıca ankette, kaptanın performansını değerlendirmek amacı ile toplam dokuz görüş yolculara yöneltilmiş ve kaptanı 1 den 10 puana kadar puanlandırmaları istenmiştir. Veriler SPSS paket programında değerlendirilmiştir. Buna göre seyahatin genel değerlendirmesine etki eden faktörlerin önem sıralamasında kaptan birinci sırada yer alırken, ikram ve servis ikinci sırada, rezervasyon ve bilet satış üçüncü sırada, konuğa saygı dördüncü sırada, ağırlama beşinci sırada , host-hostes altıncı sırada, bakım ve temizlik yedinci sırada yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri memnuniyeti ölçümü, Hizmet işletmeleri, Seyahat işletmeleri

Abstract

Customer satisfaction can be defined as positive or negative feelings about product or services that are used by costumers..In this study we try to measure costumer satisfaction for a travel agency. For this purposes we have desined a questionnaire that include seven parameters.;

- Hospitality
- Reespect of passenger
- Driver behaviour
- Host-Hostess behaviour

* Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

** Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi

- Rezervation and ticketing
- Services
- Cleanliness

At the end of the travel the passengers evaluate their journey due to seven parameters. Furthermore, to evaluate driver's performance, nine questions were asked which should be evaluated in a scale of 1 to 10 points.. Data was evaluated SPSS statistic programme. As a result, factors that affect the satisfaction of journey are in order by importance level; driver, services, reservation, respect to passenger, hospitality, host-hostess behaviour and cleanliness.

Key words: Measurement of Customer satisfaction, travel agency

GİRİŞ

Yoğun rekabetin yaşandığı günümüzde, müşteri memnuniyetinin sağlanması müşteri odaklı yönetim anlayışı ile gerçekleştirilir. Müşteri odaklılık; müşteri sadakatini, toplam müşteri memnuniyetini, sürekli iyileştirmeyi ve şikayet yönetimini gerektirmektedir. Müşteri sadakati; müşteri isteklerini karşılayan hizmeti vererek ilişkinin sürekli tutulması, toplam müşteri memnuniyeti; müşterilerin satış öncesi ve sonrası tüm ihtiyaçlarının karşılanarak memnun edilmesi, sürekli iyileştirme; müşteri tatminini artırmaya yönelik çalışmaların süreklilik arz edecek şekilde programlanması ve şikayet yönetimi; satılan ürün ya da sunulan hizmet ile ilgili kusuru düzelterek müşteri hoşnutsuzluğunu giderip müşteri sadakati sağlamaktır.

Müşteri odaklı iş modeli müşteri memnuniyeti sağlamanın en etkin yoludur. Bu modelde;

- Müşteri değeri ölçülür,
- Etkin müşteri ilişkileri yönetimi sistemi (Customer Relationship Management- CRM) geliştirilir,
- Müşteri ilişkilerinden sorumlu bir yönetici atanır,
- Müşteri ile yüz yüze görüşen personel için müşteri memnuniyeti eğitimi verilir,
- Ürün şekillendirme sürecine müşterilerden öneri alınarak müşterilerin aktif katılımı sağlanır.

İşletmenin sattığı mal veya sunduğu hizmetten memnun olan müşterilerin firma ile ilişkisi sürekli olur. Memnun müşterileri tutmanın maliyeti yeni müşteriler bulmaktan daha ucuzdur ve memnun müşteri

firmanın reklamını yapmakta önemli bir potansiyeldir(Acuner, 2001: 63-74)

Müşteri memnuniyet düzeyi ulusal bazda farklılıklar gösterebilmektedir. Ulusal bazda müşteri memnuniyeti beş parametre esas alınarak ölçülebilmektedir. Bunlar(Grigoroudis ve Siskas; 2003 : 2);

- Müşterinin gelir düzeyi,
- Genel ekonomik istikrar (fiyatlardaki değişim),
- Ekonomik kalite düzeyi,
- Ekonomik zenginlik,
- Üretilen mal ve hizmetlerdir.

Ulusal müşteri memnuniyetinin belirlenmesi ile ilgili ilk çalışma 1989 yılında İsviçre’de yapılmıştır. Almanya’da Ulusal Kalite Tüketici memnuniyeti değerlendirme organizasyonu 1992 yılında kurulmuştur. Amerika Birleşik Devletleri’nde 1993 yılında ilk olarak müşteri tatmin indeksi çıkarılmıştır. Avrupa Birliği 1998 yılından beri karşılaştırmalı ulusal müşteri tatmin indeksi çıkartmaktadır. Buna göre 1999 yılında bankalar için elde edilen müşteri tatmin indeksi %70’i, sabit telefonlar için %65,4, mobil telefonlar için %68,5 ve süper marketler için %70 olarak belirlenmiştir (ECSI, 1999). Müşteri tatmini ile ilgili analizler 1977, 1980, 1996 yıllarında R.L.Oliver tarafından, 1982 yılında G.A.Churchil ve C.Surprenant tarafından yapılmıştır. 1991 yılında ise M.D. Johnson ve C. Fornell tarafından müşteri memnuniyeti ile ilgili olarak Fornell Modeli geliştirilmiştir.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmada, şehirler arası yolcu taşımacılığı yapan ve seçilen bir seyahat işletmesinde müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve seyahat işletmelerinde müşteri memnuniyetine etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Müşteri memnuniyetin ölçülmesine yönelik olarak araştırmaya konu edilen seyahat işletmesinde yolculardan seyahatleri sonunda; ağırlama, bakım temizlik, konuğa saygı, kaptanın ve host / hosteslerin tutumu, rezervasyon ve bilet satış

hizmetleri, ikram ve servis konularında görüş bildirmeleri istenmiştir. Bu amaçla her bir konu için ;

Mükemmel	1 puan
İyi	2 puan
Orta	3 puan

Zayıf 4 puan ile toplam 46 anket değerlendirmeye alınmıştır. Bu anketlerin tamamı Konya – İstanbul ve Konya- Ankara yolcuları arasından tesadüfi örnekleme metodu ile seçilen denekler üzerinde yapılmıştır. Deneklere yaş, cinsiyet, meslek vb parametreler sorulmamıştır

Ayrıca ankette, kaptanın performansını değerlendirmek amacı ile toplam dokuz görüş yöneltilmiş ve müşterinin kaptanı 1 den 10' na kadar puanlandırması istenmiştir. Veriler SPSS paket programında değerlendirmeye alınmış ve ulaşılan sonuçlar araştırma bulgularında gösterilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1. Müşterilerin Genel Hizmetler Konusundaki Memnuniyeti

Seyahat eden yolculara, ağırlama, bakım-temizlik, konuğa saygı, kaptan, host-hostes, rezervasyon-bilet satışı, ikram-servis ve seyahatin genel değerlendirmesini içeren sorulardan oluşan anket uygulamasında elde edilen sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir. Ankette seyahat eden yolcuların; değerlendirmede, mükemmel, iyi, orta ve zayıf kriterlerini kullanmaları istenmiştir.

Tablo 1. Hizmet Kalite Faktörleri Derecelendirmesi

Kalite Faktörü Hizmet	Mükemmel		İyi		Orta		Zayıf	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ağırlama	16	34,8	27	58,7	3	6,5	-	-
Bakım –temizlik	18	39,1	26	56,5	2	4,3	-	-
Konuğa saygı	18	39,1	23	50	5	10,9	-	-
Kaptan	19	41,3	22	47,8	4	8,7	1	2,2
Host ve Hostes	17	37	20	43	9	19,6	-	-
Rezervasyon ve bilet satış	13	28,3	23	50	10	21,7	-	-
İkram ve Servis	20	43,5	15	32,6	10	21,7	1	2,2
Seyahat değerlendirmesi	7	15,2	33	71,7	4	8,7	2	4,3

N: Denek sayısı

Tablo 1’deki değerler incelendiğinde, seyahat eden yolcuların, en çok ikram-servis ile kaptandan memnun oldukları gözlenmiştir. Ağırlama, bakım-temizlik ve konuğa saygının iyi olduğu ve seyahatin genel değerlendirilmesinin de iyi olduğu görülmektedir. Tablo 1’deki veriler istatistiksel olarak değerlendirilip SPSS yardımı ile her bir hizmet parametresinin ortalama, medyan, mod, standart sapma ve minimum-maksimum puanları hesaplanmış, Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Hizmet Parametresi	N	Ortalama	Medyan	Mod	S. Sapma	Min. puan	Maks. puan
Ağırlama	46	1,7174	2	2	0,5836	1	3
Bakım temizlik	46	1,6522	2	2	0,5664	1	3
Konuğa saygı	46	1,7174	2	2	0,6553	1	3
Kaptan	46	1,7174	2	2	0,7200	1	4
Host ve hostes	46	1,8261	2	2	0,7395	1	3
Rezervasyon ve bilet satış	46	1,9348	2	2	0,7119	1	3
İkram ve servis	46	1,8261	2	1	0,8513	1	4
Seyahat değerlendirmesi	46	2,0217	2	2	0,6494	1	4

N: Denek sayısı

Tablo 2’deki sonuçlara göre, en iyi hizmet parametresinin bakım ve temizlik olduğu; ağırlama, konuğa saygı ve kaptana verilen puanın; 1,7174 düzeyinde olduğu görülmektedir. Mükemmel puanın; 1, ortalama puanın 2 olarak alındığı dikkate alınır ise seyahat işletmesinin puan

düzeinin genelde 1,5- 2,00 seviyelerinde olduğu görölmektedir. Diğer bir deyişle seyahat işletmesi belirlenen hizmet parametrelerine göre iyi düzeydedir ancak mükemmel değildir.

3.2. Araç Sürücüsünün Performansının Değerlendirilmesi

Yolcuların, araç sürücüsünü (kaptan) değerlendirmeleri ile ilgili dokuz sorudan oluşan ayrı bir anket yapılmıştır. Bu ankette farklı zaman aralıklarında ve rassal olarak toplam 46 yolcudan, araç sürücüsünü 1-10 puan aralığında değerlendirmesi istenmiştir. Puanlamada, 1 en kötü ve 10 da en iyi puanı göstermektedir. Yolcuların değerlendirmeleri sonucu elde edilen puanlar değerlendirilerek ortalama, medyan, mod, standart sapma ve minimum-maksimum değerleri hesaplanarak tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Araç Sürücüsü Performans Sonuçları

Hizmet Parametreleri	N	Ortalama	Medyan	Mod	S. Sapma	Min. puan	Mak. puan
şoför saygılıdır	46	8,0217	8	8	1,0644	6	10
şoför güven vermektedir	45	8,0444	8	8	1,1472	6	10
şoför trafik kurallarına uymaktadır.	46	7,2826	7	8	1,1482	5	10
şoför temiz giyimlidir	46	8,2174	8	9	1,1909	6	10
Yolculuk sırasında kaza tehlikesi atlatılmamıştır	46	8,6522	9	10	1,2687	5	10
şoför uyarıları dikkate almaktadır	46	7,7826	8	7	1,1721	5	10
şoför alkol almamıştır	45	9,0222	9	9	0,9883	6	10
şoför uykusuz değerildir	46	7,3043	7	7	1,3312	5	10
şoför dinlenme tesislerinden zamanında ayrılmaktadır.	43	8,0233	8	8	0,9633	6	10
Ortalama		8,0389					

N: Denek sayısı

Tablo 3’deki verilere göre, en yüksek puan, “şoför alkol almamıştır” hizmet parametresinden elde edilmiştir. Yolcular, araç sürücüsünün davranışlarına göre, alkol alıp almadığını değerlendirmektedirler.

“Yolculuk sırasında kaza tehlikesi atlatılmamıştır” parametresinin, on üzerinden 8,6522 değeri çıkması da anlamlıdır. Şoförün saygılı ve yolculara güven vermesinin 8 puanın üzerinde olması firma açısından olumlu olarak değerlendirilebilir. Trafik kurallarına uymada şoförün 7,28 puan alması düşüktür. Bu puanın 9-10 arasında olması beklenir.

3.3. Müşterinin Genel Hizmetlerden Memnuniyeti ile Otobüsün Hareket Saati Arasındaki İlişki

Müşterinin genel hizmetlerden memnuniyetinin, otobüsün hareket saatleri ile ilişkili olup olmadığının belirlenmesi için, dört farklı hareket saati aralık değeri belirlenmiştir. Hareket saati aralık değerlerine göre müşteri memnuniyeti ortalamaları hesaplanarak tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Otobüs Hareket Saatine Göre Müşteri Memnuniyeti Ortalaması

Hizmet Parametreleri	8.30-12.00	12.30-16.00	16.30-20.00	21.00-24.00	Toplam
Ağırlama	1,6364	1,6667	1,8000	1,7273	1,7174
Bakım temizlik	1,8182	1,5556	1,6000	1,6364	1,6522
Konuğa saygı	1,7273	1,4444	1,8667	1,7273	1,7174
Kaptan	2,0809	1,4444	1,5333	1,8182	1,7174
Hostes ve host	1,8182	1,6667	2,0000	1,7273	1,8261
Rezervasyon ve bilet satış	2,0000	2,0000	1,7373	2,0909	1,9348
İkram ve servis	1,8182	1,4444	2,0000	1,9091	1,8261
Seyahat değerlendirmesi	2,1818	2,0000	1,9333	2,0000	2,0217
Ortalama	1,8851	1,6527	1,8088	1,8295	1,8016
N	11	9	15	11	46

Tablo 4’deki veriler irdelendiğinde; ağırlama hizmetinden müşteriler genelde 8.30- 16.00 saatleri arasında daha memnun olduğu; bakım ve temizliğin 12.30- 24.00 arasında daha iyi olduğu; konuğa saygı, kaptanın değerlendirmesi ile ikram ve servis hizmetinin, 12.30-16.00 saatleri arasında müşteriyi daha çok memnun ettiği gözlenmektedir. Seyahatin genel değerlendirmesinde, 8.30-12.00 saatlerinde müşteri memnuniyetinin iyi düzeyde olduğu görülmektedir. Hizmet parametrelerinin genel ortalamasına bakıldığında yolcuların memnuniyetinin 12.30-16.00 saatleri arasında maksimum olduğu, bunu sırası ile 16.30-20.00 saatleri aralığı, 21.00-24.00 saatleri aralığı ve 8.30-12.00 saatleri aralığının takip ettiği görülmektedir.

3.4. Araç Sürücüsü Performansı İle Otobüs Hareket Saati Arasındaki İlişki

Araç sürücüsünün performansının, otobüsün hareket saati ile bir ilişkisinin olup olmadığının belirlenmesine yönelik olarak, dört farklı zaman dilimine göre ortalama puanlar hesaplanarak tablo 5 de verilmiştir.

Tablo 5. Araç Sürücüsü Performansı İle Otobüs Hareket Saati Arasındaki İlişki puanları

Hizmet Parametreleri	80.30-12.00	12.30-16.00	16.30-20.00	21.00-24.00	Toplam
Şoför yolculara karşı saygılı	7,6364	8,5556	7,8667	8,1818	8,0217
Şoför güven vermekte	8,0000	9,0000	7,9333	7,4000	8,0444
Şoför trafik kurallarına uymaktadır	6,6364	7,5656	7,2000	7,8182	7,2826
Şoför temiz giyimlidir	8,5455	8,5556	7,8667	8,0909	8,2174
Kaza tehlikesi atlatılmamıştır	9,6364	8,7778	8,3333	8,0000	8,6522
Dinlenme tesislerinden zamanında ayrılmaktadır	8,2000	8,1250	7,6667	8,3000	8,0233
Uyarıları dikkate almaktadır	8,3636	7,5556	7,2667	8,0909	7,7826
Şoför alkol almamıştır	9,2727	9,0000	9,0000	8,8000	9,0222
Şoför uykusuz değildir	8,0000	7,4444	6,8000	7,1818	7,3043
N	11	9	15	11	46

Tablo 5 deki veriler analiz edildiğinde, 12.30-16.00 ile 21.00-24.00 saatleri arasında kaptanın yolculara karşı daha çok saygılı olduğu gözlenmektedir. Şoförün, 12.30-16.00 saatleri arasında yolculara daha çok güven verdiği sonucuna varılmıştır. Kaptanın 8.30-12.00 saatleri arasında trafik kurallarına daha az uyduğu, buna karşılık kaza tehlikesi atlatılmaması parametresinin 8.30-12.00 saatleri arasında, 9,634 gibi maksimum değere ulaştığı görülmektedir. Kaptanın 21.00-24.00 saatleri arasında uykulu olabileceği ve alkol alabileceği kanaati yolcular arasında yaygındır.

3.5. Müşteri Memnuniyetine Etki Eden Faktörler ve Bu Faktörler Arasındaki İlişki

Bu bölümde, sekiz başlık altında toplanan ve puanlandırılan hizmet kalite faktörlerinin birbirlerini nasıl etkiledikleri pearson korelasyon

katsayısı ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara aşağıda sunulmuştur.

3.5.1. Ağırlamaya Etki Eden Faktörler

Ağırlamaya etki eden faktörlerin korelasyon katsayısı ile güven aralıkları Tablo 6 da verilmiştir.

Tablo 6. Ağırlamaya Etki Eden Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Konuğa saygı	0,542	0,01
Kaptan	0,335	0,05
Hostes ve host	0,399	0,01
Şoför uyarıları dikkate almaktadır	0,363	0,05

Tablo 6'da görüldüğü gibi ağırlamaya etki eden faktörlerin sırası ile konuğa saygı, hostes-hostların tutum ve davranışları, şoförün uyarıları dikkate alması ve kaptanın tutum ve davranışları olduğu görülmektedir.

3.5.2 Konuğa Saygıyı Etkileyen Faktörler

Bu faktörler Tablo 7 de verilmiştir.

Tablo 7. Konuğa Saygıyı Etkileyen Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Kaptan	0,486	0,01
Host ve Hostes	0,355	0,05
İkram ve servis	0,348	0,05
Şoför uyarıları dikkate almaktadır	0,323	0,05

Tablo 7 deki verilere göre konuğa saygıyı etkileyen faktörler sırası ile; kaptanın tutum ve davranışları, ikram ve servis hizmeti, host ve hosteslerin davranışları ve şoförün uyarıları dikkate almasıdır.

3.5.3. Host ve Hostesleri Etkileyen Faktörler

Host ve Hostesleri etkileyen faktörler Tablo 8 de verilmiştir.

Tablo 8. Host ve Hostesleri Etkileyen Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Rezervasyon ve bilet satış	0,358	0,05
İkram ve servis	0,410	0,05
Şoför alkol almamıştır	0,344	0,05

Tablo 8'deki verilere göre, host ve hostesleri etkileyen faktörler sırası ile ikram ve servis, rezervasyon- bilet satış ile şoför alkol almamıştır faktörleridir.

3.5.4. Şoförün Yolculara Karşı Saygılı Olmasını Etkileyen Faktörler

Şoförün yolculara karşı saygılı olmasını etkileyen faktörler Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Şoförün Yolculara Karşı Saygılı Olmasını Etkileyen Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Şoför güven vermektedir	0,496	0,01
Şoför temiz giyimlidir	0,505	0,01
Şoför uykusuz değildir	(-0,350)	0,05

Tablo 8’deki veriler göre; Şoförün yolculara karşı saygılı olmasını etkileyen faktörler sırası ile şoförün temiz giyimli olması ve şoförün güven vermesidir. Ayrıca şoförün uykusuz olmaması ile şoförün yolculara karşı saygılı olması arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Diğer bir deyişle şoförün uykusuz olması saygısızlık olarak algılanmaktadır.

3.4.5. Şoförün Trafik Kurallarına Uymasını Etkileyen Faktörler

Şoförün trafik kurallarına uymasını etkileyen faktörler tablo 9 da verilmiştir.

Tablo 9. Şoförün Trafik Kurallarına Uymasını Etkileyen Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Şoför uyarıları dikkate almaktadır	0,344	0,05
Şoför Uykusuz değildir	0,291	0,05
Otobüsün hareket saati	0,308	0,05

Tablo 9’daki verilere göre şoförün trafik kurallarına uymasını etkileyen faktörler sırası ile; şoförün uyarıları dikkate alması, otobüsün hareket saati ve şoförün uykusuz olmamasıdır. Buna göre Şoför uyarılması ve uykusunu almış olması halinde trafik kurallarına daha fazla uymaktadır.

3.4.6. Riskli Bir Durumla Karşılaşmamayı Etkileyen Faktörler

Aracın seyahat süresince kaza tehlikesi atlatmamış olmasını etkileyen faktörler tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Riskli Bir Durumla Karşılaşmamayı Etkileyen Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Şoför trafik kurallarına uymaktadır	(-0,297)	0,05
Otobüsün hareket saati	(-0,473)	0,05

Tablo 10' da ki verilere göre Riskli Bir Durumla Karşılaşmamayı Etkileyen Faktörler sırası ile otobüsün hareket saati ile şoförün trafik kurallarına uymasıdır. Bu faktörlerin korelasyon katsayılarının negatif olması ilişkinin tersyönlü olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle şoförün trafik kurallarına uyması kaza tehlikesi atlatmayı azaltmakta, daha geç saatlerde hareket eden otobüsler daha fazla kaza tehlikesi atlatmaktadır.

3.4.7. Şoförün Dinlenme Tesislerinden Zamanında Ayrılmasını Etkileyen Faktörler

Şoförün dinlenme tesislerinden zamanında ayrılmasını etkileyen faktörler tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Şoförün Dinlenme Tesislerinden Ayrılmasını Etkileyen Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Şoför uyarıları dikkate almaktadır	0,324	0,05
Şoför alkol almamıştır	0,395	0,01

Tablo 11'deki verilere göre şoförün dinlenme tesislerinden zamanında ayrılmasını etkileyen faktörler sırası ile şoförün alkol almaması ve şoförün uyarıları dikkate almasıdır. Buna göre dinlenme tesislerinden geç ayrılması kaptanın , yolcular tarafından alkol aldığı şeklinde algılanmaktadır.

3.4.8. Seyahatin Genel Değerlendirmesine Etki Eden Faktörler

Seyahatin genel değerlendirmesine etki eden faktörler tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Seyahatin Genel Değerlendirmesine Etki Eden Faktörler

Faktörler	Korelasyon Katsayısı	Güven Aralığı
Ağırlama	0,427	0,01
Bakım temizlik	0,384	0,01
Konuğa saygı	0,432	0,01
Kaptan	0,489	0,01
Host ve hostes	0,425	0,01
Rezervasyon ve bilet satış	0,436	0,01
İkram ve servis	0,449	0,01

Tablo 12'deki verilere göre seyahatin genel değerlendirmesini etkileyen faktörler sırası ile; kaptan, , ikram – servis, rezervasyon-bilet satış, konuğa saygı, ağırlama, host-hostes ve bakım temizliktir.

Sonuçlar

Tüm işletmelerde olduğu gibi hizmet işletmelerinde de müşteri memnuniyetinin süreklilik arz edecek şekilde sağlanması gerekir. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren seyahat işletmelerinde müşteri memnuniyetine etki eden faktörlerin belirlenmesi müşteri memnuniyetinde sürekliliği sağlayacaktır. Bu çalışmada seyahat işletmeleri için müşteri memnuniyetine etki eden; ağırlama, bakım temizlik, konuğa saygı, kaptan, host ve hostes, rezervasyon ve bilet satış, ikram ve servis gibi yedi ayrı faktör belirlenmiştir. Bu faktörlerin, seçilen seyahat işletmesinde müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi önem derecesine göre, kaptan ilk sırada yer alırken; ikram-servis ikinci sırada, rezervasyon-bilet satış üçüncü sırada, konuğa saygı dördüncü sırada, ağırlama beşinci sırada, host-hostes altıncı sırada ve bakım-temizlik yedinci sırada yer almıştır.

Anket çalışması yapılmak üzere seçilen seyahat işletmesinde genel olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Seyahat işletmesinde, belirlenen faktörlere göre yolcular işletmeyi iyi olarak değerlendirmektedirler. İşletmenin müşteri beklentileri açısından mükemmel düzeye ulaşabilmesi için sürekli iyileştirme faaliyetine başlaması gerekmektedir.

İşletmede, yolculara göre, bakım ve temizlik, parametreler içerisinde en iyi düzeyde iken kaptan ikinci sıradadır. Oysa seyahat işletmelerinde kaptanın en önemli faktör olduğu tespit edilmiştir. Bu işletmenin, kaptanlarını mükemmel ulaştırarak çalışma içerisine girmesi yerinde olacaktır.

İşletmede kaptanların, on üzerinde yapılan puanlamada ortalama 8,0389 puan aldıkları görülmüştür.

Kaptanın trafik kurallarına uyması, uyarıları dikkate alması ve uykusuz olmaması puanları sırası ile; 7,2826; 7,7826; 7,3043 olarak hesaplanmıştır. Normalde bu değerlerin 10 puana yakın çıkması beklenirdi.

İşletmede, 12.30- 16.00 saatleri arasında hareket eden otobüslerde, müşteri memnuniyeti maksimum düzeydedir.

Sabah 8.30-12.30 saatleri arasında hareket eden otobüslerde en az kaza tehlikesinin atlatıldığı anketlerden anlaşılmaktadır.

Yolcuların, şoföre olan güveni, 12.30- 16.00 saatleri arasında hareket eden otobüslerde, maksimum düzeyde dir.

Müşteri memnuniyetine etki eden faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde; ağırlamaya en çok etki eden faktörün konuğa saygı olduğu; konuğa saygıyı etkileyen en önemli faktörün kaptanın davranışları olduğu; host-hostesleri etkileyen en önemli faktörün ikram ve servis olduğu; şoförün yolculara karşı saygılı olmasını etkileyen en önemli faktörün şoförün temiz giyimli olması olduğu; şoförün trafik kurallarına uymasını etkileyen en önemli faktörün şoförün uyarıları dikkate alması olduğu; şoförün dinlenme tesislerinden zamanında ayrılmasını etkileyen en önemli faktörün şoförün alkol almamasına bağlı olduğu belirlenmiştir.

Seyahat esnasında aracın Riskli Bir Durumla Karşılaşmamayı Etkileyen Faktörler sırası ile otobüsün hareket saati ve şoförün trafik kurallarına uyması olduğu tespit edilmiştir.

İşletmeden işletmeye nisbi farklılıkların ortaya çıkması düşünülebilirse de seyahat işletmelerinde müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin önem sırası kaptan, ikram-servis, rezervasyon-bilet satış, konuğa saygı, ağırlama, host-hostest, ve bakım-temizlik şeklinde genelleme yapılabilir.

Ülkemizdeki seyahat işletmelerinin müşteri memnuniyetini sağlamak için son teknolojiden yararlanıp seyahat araçlarını modernize etmesinin tek başına yeterli olmadığı görülmektedir. Müşteri memnuniyetinde, teknolojik yenileme ile birlikte, çalışanların özellikle kaptanların tutum ve davranışlarının birinci sırada yer aldığı unutulmamalıdır. Bu yönde yapılacak çalışmalar seyahat işletmelerinde müşteri memnuniyetini artıracığı gibi trafik kazalarının azalmasına da önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Kaynaklar

Acuner, Akın Şebnem (2001); Müşteri Memnuniyeti ve Ölçümü, **Milli Produktivite Merkezi Yayınları**, ss.63-74

Churchill, Jr., G.A., Surprenant, C.(1982); An Investigation In to the determinants of customer satisfaction, **Jornal of Marketing Research** 19, 491, 504.

ECSI. (1999); Pilot Survey Manual, **ECSI document** no:12

Grigoroudis, E., Siskas, Y. (2003); A Survey of Customer Satisfaction Barometers: Some Results From the Transportation-Communications Sectors, **European Journal of Operational Research**, article in pres, ss.1

Johnson, M.D., Fornell,C.(1991); A Framework for Comparing Customer Satisfaction Across Individuals and Product Categories, **Journal Of Economic Pyschology** 12, ss.267-286

Oliver, R.L.(1977); Effect of Expectation and Disconformation on Postexposure product Evaluation: An Alternative Interpretation, **Journal of Applied Psychology**, 62(4), 480-486

Oliver, R.L.(1980); A Cognaltive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, **Journal of Marketing Research** 17, ss. 460-469