

HAVAYOLU ULAŞIMINDA TÜKETİCİ TERCİHLERİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ¹

Muammer YAYLALI²

Önder DİLEK³

Öz

Ulaştırma; kişilerin, eşyaların, hizmetlerin ve bilgilerin ekonomik, hızlı ve güvenli olarak, fayda sağlayacak şekilde yer değiştirmesidir. Ulaşım faaliyetleri hammaddelerin yer değiştirmesine, insanların iş ve tatil yerlerine ulaşarak tüketici ve üretici konuma gelmelerine neden olmaktadır. Türkiye’de 2003 yılında Ulaştırma Bakanlığının aldığı bir karar ile iç hat havayolu taşımacılığında yaşanan serbestleşme sonucunda birçok firma havayolu taşımacılığına başlamıştır. Bu çalışmada Türkiye’de şehirlerarası seyahatlerde bulunan bireylerin havayolu şirket tercihlerinde etkili olan faktörler analiz edilmektedir. Havayolu şirketini tercih etmede etkili olan faktörler 5’li likert analizine tabi tutulmuş ve şirketlerinden THY 3,84 ortalama ile ilk sırada yer alırken, 3,78 ile Onurair ikinci, 3,70 ile Pegasus üçüncü sırada yer almıştır. Ardından 3,67 ortalama ile Atlasjet ve Sun Express, 3,60 ortalama ile Anadolujet ve Borajet gelmektedir. Tüm havayolu şirketlerinde bilet fiyatlarıyla beraber zamanında kalkış-varış, güvenlik, konfor ve seferlerin iptal olmaması en yüksek ortalamaya sahip olan faktörler olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hava Ulaşımı, Tüketici Tercihleri, Türkiye

DETERMINATION OF THE FACTORS THAT AFFECT THE COSTUMER PREFERENCES IN AIR TRANSPORTATION

Abstract

Transportation can be defined as the economic, rapid, secure and merit-based move of the persons, goods, services and information. Thanks to transportation activities, the raw materials are relocated and the persons reach to the business and holiday destinations and become customers and producers. With the decision taken by the Turkish Ministry of Transportation in 2003 for achieving liberalization in the domestic airway transportation, the number of companies operating in the field has increased. The factors affecting the airline company preferences of the persons in domestic travels are analysed. The factors affecting the airline company preferences were subjected to the 5-point Likert analysis. Among the companies, Turkish Airlines took the first place with the average of 3,84, Onur Air was the second with the average of 3,78, and Pegasus was ranked third with 3,70 average. These companies were followed by Atlasjet and Sun Express with the average of 3,67, and by Anadolujet and Borajet with the average of 3,60. For all of the airline companies, ticket prices, along with timely departure-arrival, safety, comfort, and cancellation status of the flights were identified as the factors having the highest averages.

Keywords: Air Transportation, Consumer Preferences, Turkey

¹ Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim dalında hazırlanan doktora tezinden üretilmiştir.

² Prof.Dr., Erzurum Teknik Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, muammer.yaylali@erzurum.edu.tr

³ Yrd. Doç.Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, FUBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, onder.dilek@erdogan.edu.tr

1.Giriş

Ulaştırma; kişilerin, eşyaların, hizmetlerin ve bilgilerin ekonomik, hızlı ve güvenli olarak, fayda sağlayacak şekilde yer değiştirmesidir. Ulaştırmada; ekonomi, hız, güvenlik, konfor, çevreyi az kirletmesi, yolcu-km veya ton-km başına tükettiği enerjinin mümkün oldukça az olması, ulaştırma türlerinin seçiminde göz önünde tutulması gereken temel unsurlardandır. Sanayileşmenin gelişmesi, nüfus artışı ve yerleşim merkezlerinin yaygınlaşması hem ülkelerin ekonomik ilişkilerinin artmasına neden olmuş hem de kişilerin turistik amaçlı seyahat etmelerini yaygınlaştırmıştır. Tüm bu faktörler ulaştırmaya olan talebin artmasına neden olmaktadır.

Günümüzde havayolu taşımacılığı ile uzaklık tanımsızın ülkeler arasında teknik, ekonomik, finansal, ticari, işletmecilik ve kurumsal konularda işbirlikleri gerçekleştirilmekte, insanların veya üretilen bir ürünün güvenli, konforlu bir şekilde ve en kısa süre içerisinde bir yerden başka bir yere taşınması sağlanmaktadır. Yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutta ekonomik ve teknolojik gelişmeleri hızlandırmakta ayrıca farklı kültürel değerlere sahip insanları buluşturarak birbirlerini daha iyi tanıma yönünde önemli sosyal ve kültürel katkılar da sağlamaktadır.

Ulaştırma Bakanlığının aldığı bir karar ile iç hat havayolu taşımacılığında yaşanan serbestleşme 20 Ekim 2003'te Fly Havayollarının İstanbul-Trabzon uçuşuyla başlamıştır (Günümüzde Fly havayollarının iç hat uçuşları bulunmamaktadır). Uçak biletlerinden alınan vergilerde indirimlere gidilmiştir. Ayrıca, havayolu işletmelerine bilet fiyatlarını belirleyebilme serbestisinin verilmesi ile iç hatlarda faaliyet gösteren havayolu işletmelerinin sayısı gün geçtikçe artmıştır. İç hat uçuş izni alan diğer havayolu işletmelerince özellikle İstanbul çıkışlı olarak iç hatlarda birçok noktaya THY dışında da uçuşlar başlamıştır. Ülkemizde iç hatlarda havayolu taşımacılığı yapan diğer firmalar; Anadolujet, Atlasjet, Borajet, Onurair, Pegasus ve Sun Express şirketleridir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de şehirlerarası seyahatlerde bulunan bireylerin havayolu şirket tercihlerinde etkili olan faktörleri analiz etmek ve böylece hem müşteri sayısını arttırmaya çalışan hem de yeni hatlar açmak isteyen havayolu şirketlerine fayda sağlayacak sonuçlar elde etmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için yürütülen uygulamalı çalışma çerçevesinde, Türkiye'de 11 havaalanı ve 10 farklı il'de havayolu ile seyahatlerde bulunan bireylerle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen yatay kesit verileri kullanılmıştır. Havayolu şirketini tercih etmede etkili olan faktörler 5'li likert analizine tabi tutulmuştur.

2. Havacılık Sektörü ve Hava Ulaşımı

2.1. Dünya'da ve Türkiye'de Sivil Havacılık

İlk uçuş, 5 Haziran 1783 tarihinde Fransız Joseph Michel Montgolfier ve Jacques Etienne Montgolfier kardeşler tarafından Annonay köyünde, çapı 10,5 metre olan

ketenden bir torbayı sıcak havayla doldurarak olmuştur (<http://www.havaciliktarihi.com/1783>). Montgolfier Kardeşler sonraki uçuşlarını 19 Eylül 1783 tarihinde, Paris'te büyük bir kalabalık karşısında yapmışlardır. 20 Kasım 1793 yılında sıcak hava balonu Fransız fizikçi Jean François Pilatre de Rozier ve bir arkadaşını da taşımış tarihte balon kullanan ilk pilotlar olmuşlardır (<http://www.aahd.org.tr/havaambtarih>). İlk motorlu uçağı yapan Wright kardeşler, 17 Aralık 1903'te yaptıkları ilk uçuş denemelerinde sadece 12 saniye uçarak 37 metre mesafe kat etmişlerdir (<http://www.thk.edu.tr/about>). Havada ağır ve iş görebilen hava nakil araçlarının yapımı ancak Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra gerçekleşebilmiştir. Savaşta (1914–1918) Alman postaları önce doğu bölgesinde, 1918'de de Berlin-Hannover-Köln arasında düzenli posta seferleri kurmuş ve 1919 yılında da Paris-Brüksel arasında buna benzer seferler düzenlenmiştir. İlk ticari iç hat bağlantısı ise Almanya'da Berlin-Leipzig-Weimar arasında 5 Şubat 1919'da kurulmuştur (<http://www.nuveforum.net/1112>). II. Dünya Savaşı'ndan sonra eski askeri uçakları kullanarak insan ve eşya taşımacılığı yapılarak gelişmeye başlamıştır. Kuzey Amerika, Avrupa ve dünyanın diğer bölgelerini kapsayan uçuşlar yapan birçok şirket kurulmuştur. 21. yüzyılın başında birçok insansız hava aracı geliştirilmiş, Nisan 2001'de insansız hava taşıtı Global Hawk, Amerika'daki Edwards Hava Üssünden kalkıp Avustralya'ya durmadan ve yakıt ikmali yapmadan uçmuştur (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Havacılık>).

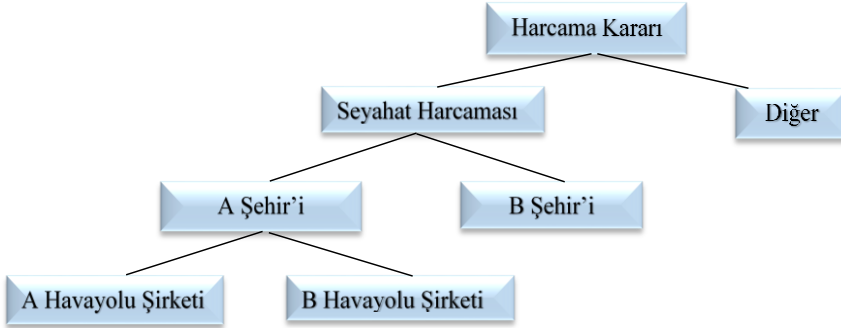
Türkiye'de ise 20 Mayıs 1933 tarihinde savunma bakanlığının bir bölümü olarak Devlet Hava Yolları İşletmesi İdaresi Ankara'da kurulmuştur (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü [SHGM], 2009: 17). “Türk Hava Postaları” adı verilen ilk sivil hava taşımacılığımız Ağustos 1933'te 23 koltuk kapasiteli 5 uçakla ile başlamıştır. 1933 yılındaki filoda, iki adet King Bird (5 koltuklu), iki adet Junkers F-13 (4 koltuklu) ve 1 adet ATH-9 (10 koltuklu) uçakları bulunmaktaydı. Devlet Hava Yolları İşletmesi İdaresi 1935 yılında Bayındırlık Bakanlığı'na, 1938 yılında Devlet Hava Yolları Umum Müdürlüğü adı ile Ulaştırma Bakanlığı'na bağlanmış ve ilk uluslararası sefer 1947 yılında Atina'ya yapılmıştır. (<http://www.turkishairlines.com/tr/kurumsal>).

2.2. Seyahat Tercihi ve Hava Ulaşımı

Hava ulaşımı seyahat tercihinin fiyat; ikame imkânı, seyahat harcamalarının bütçedeki yeri, seyahat süresi, mesafe gibi faktörler etkilemektedir. Örneğin, kısa mesafelerde tren, otobüs, gemi ya da özel araçlar gibi alternatifler kullanılabilirken, uzun mesafede hız ve zaman açısından hava yolculuğunun ikamesi bulunmamaktadır. Ayrıca, son anda rezervasyon yapma zorunluluğu ve seyahat verimliliğinin en üst seviyede tutulmasının istenmesi gibi nedenlerden dolayı iş amaçlı seyahat edenler için, tatil amaçlı seyahat edenlere göre zaman çok daha önemlidir. Hava ulaşımı ile seyahat tercih edildikten sonra bu seyahatin hangi havayolu şirketi ile gerçekleştirileceğine karar verilmesi gerekmektedir. Bu tercihe; bilet fiyatlarının uygun olması, havayolu şirketinin güvenli olması, uçuş seferlerinin iptal olmaması, zamanında kalkış-varış, şirkete ait uçağın konforlu olması personelin

hizmet kalitesi, ikram izmetleri gibi birçok faktör etki etmektedir. Şekil 1’de tüketici karar ağacı görülmektedir. Harcama kararı alan bir hane halkının (bireyin) çeşitli aşamaların ardından ulaşım aracı için karar alması gerekmektedir. Bu aşamada seyahat aracı veya seyahat edeceği havayolu şirketini tercih etmesi beklenmektedir (Kım, 2006).

Şekil 1:Tüketici Karar Ağacı



3. Literatür

Ulaşım tercihleri üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak incelen bazı ulusal ve uluslararası çalışmalar ana hatları ile aşağıdaki şekilde özetlenmektedir.

Graham (2000), Tatil amaçlı hava seyahatleri için talep ve büyüme sınırları çalışmasında 1970-1988 yıllarına ait yolcu sayıları ve seyahat amaçları incelenmiştir. Gelir, boş zaman, fiyat, nüfus, kalite, seyahat harcamalarının bütçedeki payı gibi faktörlerinin seyahat talebini sınırlayan etkenler olduğu belirtilmiştir. Çoklu regresyon modeli (log-log) kullanılarak farklı seyahat türleri için gelir esnekliği değerleri 1,53 ile 2,45 arasında bulunmuştur

Battersby (2003), Sidney- Wagga Wagga arasında seyahat eden yolcuların kullanılan değişkenler karşısındaki tepkilerinin teorik beklentileri karşılayıp karşılamadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda biletini 7, 14 ve 21 gün önce alanlar, hafta içi pazartesi veya cuma ile hafta sonu uçanlar, gelir, zaman ve koltuk kapasitesi gibi değişkenler kullanmıştır. Doğrusal ((linear) model ve Sansürlenmiş Tobit model ile çalışılmış ve her iki model sonuçlarında teorik beklentileri karşılayan işaretlerin varlığı tespit edilmiştir.

Carlsson (2003), Demiryolu ve havayolu ile seyahat eden yolcular üzerinde tercihlerini ortaya koyan anket uygulaması yapmıştır. Göteborg-Stockholm arasında yapılan anketlerin 245 tanesi tren ile seyahat edenlere, 322 tanesi uçak ile seyahat edenlere uygulanmıştır. Fiyat, seyahat süresi güvenilirlik, konfor ve çevresel etki değişkenleri ile yapılan analizlerde Logit model kullanılmıştır. Sonuçta, seyahat

süresi ile ikame değişkeni arasında olumsuz bir ilişki saptanmıştır. Havayolculuğunun tren yolcuğundan daha fazla çevreye zarar verdiği algısının olduğu, güvenilirliğin hem havayolu hem de demiryolu için eşit öneme sahip olduğu ve konforun en büyük öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gilberta ve Wong (2003), yolcu beklentilerini tespit etmek amacıyla Hong Kong Merkezli 328 katılımcı ile 2 bölümden oluşan bir anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda genel olarak en yüksek ortalama sırasıyla güvenilirlik, çalışanların nezaketli olması, konfor ve temizlik almıştır. Etnik kökene göre beklenti farkları sonuçlarında ise Japonların uçak içi servis, yiyecek- içecek kalitesi, temiz ve rahat koltuklar, nazik ve faydalı çalışanlar, kişisel ilgi ve hizmet alanlarında diğer ülke vatandaşlarından (Çin, Kuzey Amerika, Avrupa) daha yüksek beklenti içinde oldukları saptanmıştır.

Aslan (2007), iç hatlarda faaliyet gösteren havayolu işletmelerinin müşterilerine sunmuş oldukları hizmet ve kriterlerin ne kadar değer oluşturabildiğini ölçmek amacıyla 2007 yılında 397 yolcuya anket uygulaması yapmıştır. Atlasjet ve Pegasus yolcularının müşteri tercih sıralamasında THY'den sonra geldiğini saptamıştır. Bu iki havayolu şirketinin verilen hizmetlerde yenilik ve çok seçenekli imkanlar sunduğu ve THY'ye göre daha düşük fiyat politikası benimsemelerinin ise müşteri tercihlerini etkileyen en önemli faktör olduğu sonucuna varmıştır. Yolcuların seyahat ettiği havayolu işletmesinin sunmuş olduğu hizmet ve kriterlere verdiği önem derecelerini incelemiş ve sırasıyla uçuş emniyeti: 4.86, güvenlik: 4.74, bagaj hizmetleri: 4.54, dakiklik: 4.49, uçak içi temizliği: 4.46, personel tutum ve davranışları: 4.37, bilet fiyatları: 4.34 bulgularını elde etmiştir.

Dilek (2007), Erzurum'da şehirlerarası seyahatlerde bulunan bireyler üzerine havayolu ulaşımı talep tahmini isimli çalışması için Şubat-Nisan 2007 dönemi kapsayan üç aylık süre içerisinde 569 birey ile yüz yüze anket uygulaması yapmıştır. Logit model ile tahminlerde bulunulmuş ve tahmin sonuçlarına göre; memurların işsizlere oranla 3.269 kat, esnafların işsizlere oranla 2.651 kat, serbest meslek sahiplerinin işsizlere oranla 2.076 kat daha hava ulaşımını tercih ettikleri tespit edilmiştir. Gelir azaldıkça ve yaş arttıkça hava ulaşımını tercih etme olasılığının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dursun (2008), havayolu işletmesinin sunmuş olduğu hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi amacıyla Ağustos 2007'de 415 yolcuya anket uygulaması yapmıştır. Yolcuların genel olarak uçuştan tatmin olduğu, uçuş için ödedikleri paranın karşılığını aldıklarına inandıkları, havayolunun performansının beklediklerinden daha iyi olduğu, bir sonraki uçuşlarında havayolunu tekrar tercih edecekleri, dostlarına ve iş arkadaşlarına bu havayolunu tavsiye edecekleri sonucunu elde etmiştir. Bunun yanı sıra havayolu işletmesinin hizmet kalitesi ile ilgili yaptığı değerlendirmeler sonucunda en büyük kalite boşluklarının sırasıyla; uçuş saatinde dakiklik, uçaktaki tuvaletlerin ve lavaboların temizliği, havaalanı girişinde güvenlikte bekleme süresi hizmetlerinde yaşandığını saptamıştır.

Davison ve Ryley (2008), İngiltere’de hava seyahat tercihlerinin tespiti amacıyla anket çalışması yapmışlardır. Anketlerde yaş, cinsiyet, fert sayısı, meslek, araç durumu, internet erişimi, bir önceki yıla ait iş ve eğlence amaçlı uçuş sayıları, bu bölgeden belirlenen hedefler için (Edinburgh, Dublin, Prag, Roma, Berlin, Alicante, Malaga ve Faro) seyahat sayısı, hava yolculuğu ve çevreye etkilerini içeren sorular ile 5’li liket sorularını kapsamıştır. Ağustos 2006’da 361 kişiye uygulanmış ve uygulama sonucunda gidilecek yer sıralamasında % 35 ile Roma birinci, % 2 ile Berlin sonuncu sırada yer almıştır. Ankete katılanların %76’sı havayolu ile seyahatin ülke ekonomisinde refahın bir göstergesi olduğunu, %66’sı hava seyahatlerinin çevreyi olumsuz etkilediğini, %27’si çevreye zararı olmayan uçuşlar için daha fazla fiyat ödemeye razı olduklarını belirtmişlerdir.

Geçen (2011), düşük maliyetli hava işletmeleri ile seyahat eden yolculara hizmet kalitesi ile marka tercihi ve müşteri sadakatini arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla İstanbul Sabiha Gökçen havalimanı iç hatlar terminalinde Mart 2010 – Kasım 2010 tarihlerinde 400 adet yolcu ile yüz yüze anket uygulaması yapmıştır. Müşterilerin seyahatten memnuniyet dereceleri ile daha sonraki seyahatlerinde aynı bir firma ile seyahat etmeleri arasında bir ilişki bulunduğunu, müşterinin verilen hizmetten memnun kalırsa yeniden aynı hizmeti almak isteyeceği sonucuna ulaşmıştır. Uçak şirketinden çok memnun olanların % 100’ü yeniden aynı uçak şirketini tercih ettiğini, memnun olmayanların ise % 52’sinin yeniden aynı uçak şirketini tercih ettiğini ve % 48’nin de tercih etmediklerini tespit etmiştir.

Kopsch (2012), 1980-2007 yıllarını kapsayan GSYİH, nüfus, yolcu sayısı, havayolu bilet fiyatları, tren bilet fiyatları ve sürüş maliyetleri verilerini kullanarak çift logaritmik (log-log) model ile tahminde bulunmuştur. Sonuç olarak tren bilet fiyatları artınca beklendiği gibi hava yolculuğuna olan talebin arttığını, GSYİH’nin hava ulaşım talebine olumlu yönde katkı sağladığını, 11 Eylül saldırılarının ise hava seyahatlerini olumsuz yönde etkilediği sonuçlarına varmıştır.

Çelikkol vd. (2012), Sabiha Gökçen Havaalanında belirlenen havayolu şirketiyle gelen yolculardan 280’i ile yüz yüze yapılan anketler ile müşterilerin kullandıkları havayolunu tercih etmelerine neden olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Havayolunu tercih eden müşterilerin tercih nedenleri ve memnuniyet ölçüleri birlikte değerlendirildiğinde bunların; yeterli güvenlik, iyi ve kaliteli hizmet, avantaj, rahatlık ve konfor olduğu sonucuna ulaşmıştır.

4. Analiz

Bilet fiyatlarının havayollarında birbirine yakın olmasından dolayı, seyahat eden yolcuların kendi şirketlerini talep etmesini sağlayacak konfor, zamanında kalkış-variş, kampanyalar, personelin kalitesi vb. şekilde sayabileceğimiz diğer faktörlerin de belirlenmesi önemlidir.

4.1. Yöntem ve Veri Seti

Türkiye’de 11 havaalanı ve 10 farklı ilde havayolu ile seyahatlerde bulunan bireylerle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen yatay kesit verileri kullanılmıştır. Anket uygulaması yapılırken taşınan yolcu sayısına göre oranlamaya gidilmiş ve bir yılda 750.000 kişiden az sayıda yolcu taşınan havalimanları uygulamaya dahil edilmemiştir. Ayrıca anket uygulaması yapılırken firmaların pazar paylarına göre oranlamaya gidilmiştir. Bu oranlama için uygulamanın yapıldığı şehir çiftlerinde uçuşu olan havayolu şirketlerinin uçak kapasiteleri ve sefer sayıları dikkate alınmıştır. Tablo 1’de tüm bu veriler ışığında uygulamanın yapıldığı havaalanları ve anket sayıları gösterilmektedir.

Tablo 1:Uygulamanın Yapıldığı Havalimanları ve Anket Sayıları

Havalimanı	Uygulanan Anket Sayısı
İstanbul Atatürk	675
İstanbul Sabiha Gökçen	429
Ankara Esenboğa	350
İzmir Adnan Menderes	300
Antalya	225
Adana	134
Trabzon	110
Diyarbakır	81
Muğla Milas-Bodrum	64
Van Ferit Melen	53
Erzurum	52
Toplam	2473

Ankette kişilerin demografik özelliklerini öğrenebileceğimiz sorular ile seyahat edilen havayolu şirketini tercih etmede etkili olan faktörlere ve çeşitli ekonomik faktörlerin değişmesi sonucu bireylerin ne yönde hareket edeceklerini ölçmeyi hedefleyen sorulara yer verilmiştir. Toplam 2700 adet anket uygulanmış ve bunlardan eksik ve tutarsız olan 227’si çıkarıldığında geri kalan 2473 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Seyahat edilen havayolu şirketini tercih etmede etkili olabileceği beklenen 17 faktör 5’li likert analizi yapılmıştır. Ayrıca anketteki 5’li likert ölçekli soruların yanıtları Cronbach Alpha (α) güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve % 90 ile yüksek güvenilirliğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.2. Bulgular

Ankete katılan bireylere ait örneklem özellikleri Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü üzere ankete katılan bireylerin; %65,8’i bay, %34,2’si bayandır. %21,3’ü ilkokul, %,8,9’u ortaokul, %22,4’ü lise, %51,6’sı üniversite ve %9,8’i lisansüstü mezundur. %16’si devlet memuru, %19’u özel sektör çalışanı, %18,6’sı esnaf, %16,2’si serbest meslek, %13,5’i öğrenci, %3,8’i işçi, %3,5’i emekli, %3,4’ü ev hanımı-işsiz ve % 0,7’si çiftçidir. Aylık gelire bakıldığında ankete katılan bireylerin %70’nin 3000 TL’nin altında bir gelire sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca, %30,2 ile en yüksek yaş grubunun 27-35 yaş arasında, en düşük yaş grubunun ise %0,6 ile 72-80 yaş arasında oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 2: Örneklem Özellikleri

Değişken		Frekans	%	Değişken		Frekans	%
Cinsiyet	Bay	1627	65,8	Meslek	D.Memuru	527	21,3
	Bayan	846	34,2		Özel Sektör	471	19,0
	Toplam	2473	100		Esnaf	461	18,6
Eğitim	İlkokul	179	7,2		S.Meslek	400	16,2
	Ortaokul	219	8,9		Öğrenci	333	13,5
	Lise	555	22,4		İşçi	94	3,8
	Üniversite	1277	51,6		Emekli	86	3,5
	Lisansüstü	243	9,8		Ev han.-İşsiz	84	3,4
	Toplam	2473	100		Çiftçi	17	0,7
Yaş	18-26	686	27,7		Toplam	2473	100
	27-35	746	30,2	Aylık Gelir	0-750 TL	365	14,8
	36-44	468	18,9		751-1500 TL	551	22,3
	45-53	290	11,7		1501-2250 TL	502	20,3
	54-62	185	7,5		2251-3000 TL	365	14,8
	63-71	84	3,4		3001-3750 TL	224	9,1
	72-80	14	0,6		3751-4500 TL	105	4,2
	Toplam	2473	100		4501 TL +	361	14,6
			Toplam		2473	100	

Tablo 3: Olası Bir Fiyat Değişikliğine Karşı Tepkiler

Değişken		Frekans	%
Bilet Fiyatlarının Nasıl Olduğu	Çok Pahalı	235	9,5
	Pahalı	650	26,3
	Normal	1018	41,2
	Ucuz	332	13,4
	Çok Ucuz	238	9,6
	Toplam	2473	100,0
Biletin Nerden Alındığı	Havayolu şirketine ait web sitesinden	1461	59,1
	Seyahat acentelerine ait bilet satış ofislerinden	380	15,4
	Havayolu şirketine ait bilet satış ofisinden	369	14,9
	Seyahat acentelerine ait web sitelerinden	198	8,0
	Telefon ile müşteri hizmetlerinden	65	2,6
	Toplam	2473	100,0
Bilet Fiyatlarında %50 Oranında Artış Olması Durumunda Yolcuların Tepkisi	Havayolu ile seyahat etmeye devam ederim	1538	62,2
	Havayolu ile seyahat etmeyi azaltırım	620	25,1
	Havayolu ile seyahat etmeyi bırakır diğer ulaşım araçlarına yönelirim	315	12,7
	Toplam	2473	100,0
Diğer Ulaşım Araçlarının Bilet Fiyatlarında %50 Oranında Azalış Olması Durumunda Yolcuların Tepkisi	Havayolu ile seyahat etmeye devam ederim	1793	72,5
	Havayolu ile seyahat etmeyi azaltırım	406	16,4
	Havayolu ile seyahat etmeyi bırakır diğer ulaşım araçlarına yönelirim	274	11,1
	Toplam	2473	100,0
Sabit Fiyat Uygulamasının Havayolu Tercihine Etkisi	Hiç etkili olmazdı	413	16,7
	Etkili olmazdı	367	14,8
	Kararsızım	256	10,4
	Etkili olurdu	1115	45,1
	Çok etkili olurdu	322	13,0
	Toplam	2473	100,0

Tablo 3'te ise olası bir fiyat değişikliklerine tepkileri verilmektedir. Buna göre; ankete katılan bireylerin %9,5'i bilet fiyatlarını çok pahalı, %26,3'ü pahalı, %41,2'si normal, %13,4'ü ucuz ve 9,6'sı ise çok ucuz bulduklarını ifade etmişlerdir. Bilet fiyatlarında %50 oranında artış olması durumunda ankete katılan bireylerin, %62,2'si havayolu ile seyahat etmeye devam edeceğini, %25,1'i havayolu ile seyahat etmeyi azaltacağını ve %12,7 'si havayolu ile seyahat etmeyi bırakarak diğer ulaşım araçlarına yöneleceklerini belirtmişlerdir. Diğer ulaşım araçlarının bilet fiyatlarında

%50 oranında azalış olması durumunda ise, %72,5'i havayolu ile seyahat etmeye devam edeceğini, %16,4'ü havayolu ile seyahat etmeyi azaltacağını ve %11,1 'i havayolu ile seyahat etmeyi bırakarak diğer ulaşım araçlarına yöneleceklerini ifade etmişlerdir.

Seyahat edilen havayolu şirketini tercih etmede etkili olan 17 faktöre ait 5'li likert analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Havayolu Şirketini Tercih Nedenleri

Tercih Nedeni	Anadolu-jet		Atlasjet		Borajet		Onurair		Pegasus		Sun Express		Türk Hava Yolları	
	Ortalama	Sıra	Ortalama	Sıra	Ortalama	Sıra	Ortalama	Sıra	Ortalama	Sıra	Ortalama	Sıra	Ortalama	Sıra
Bilet Fiyatının Uygun Olması	4,24	1	4,30	2	4,16	3	4,44	1	4,26	2	4,23	2	4,21	4
Güvenli Olması	4,20	2	4,26	3	3,93	5	4,32	2	4,24	3	4,09	4	4,36	1
Zamanında Kalkış-Variş	4,16	3	4,33	1	4,23	2	4,17	5	4,32	1	4,29	1	4,30	2
Konforlu Olması	4,06	4	4,08	5	3,48	11	4,18	4	4,09	5	3,97	7	4,26	3
Seferlerin İptal Olmaması	3,98	5	4,19	4	4,44	1	4,29	3	4,11	4	4,14	3	4,19	5
Personelin Hizmet Kalitesi	3,91	6	4,06	6	3,97	4	4,04	6	4,02	6	4,05	5	4,12	6
ErkenRezervasyon İndirimi	3,91	7	3,74	9	3,53	10	3,96	7	3,95	7	4,06	6	4,04	7
Yer Hizmetleri	3,75	8	3,96	7	3,88	6	3,81	8	3,89	8	3,88	8	3,90	10
İkram Hizmetleri	3,69	9	3,66	10	3,44	12	3,81	9	3,68	11	3,42	12	3,95	8
Rezervasyon Kolaylığı	3,69	10	3,84	8	3,58	9	3,68	11	3,87	9	3,69	10	3,72	11
İnternettein Check-in Hiz.	3,51	11	3,55	11	3,60	8	3,70	10	3,62	12	3,71	9	3,91	9
Kredi Kartına Taksit İmkani	3,39	12	3,43	12	3,30	13	3,61	12	3,69	10	3,57	11	3,65	12
Başka Şirketin Olmaması	3,11	13	3,06	15	3,76	7	3,28	15	3,12	13	3,21	13	3,33	14
Marka Olması	3,03	14	3,26	13	3,11	14	3,27	16	3,12	14	3,08	15	3,50	13
Reklamların Etkisi	2,87	15	3,10	14	2,79	17	3,21	17	3,04	15	3,02	16	3,20	17
Daha Çok Mil Kazandırması	2,87	16	2,78	17	3,11	15	3,33	13	3,03	16	3,13	14	3,31	15
Şirkete Ait Kart İmkanları	2,85	17	2,81	16	3,09	16	3,29	14	2,98	17	2,99	17	3,25	16

Not: 1-Hiç Önemli Değil, 2-Önemli Değil, 3-Kararsızım, 4-Önemli, 5-Çok Önemli

Bu sonuçlara göre, THY yolcuları için 2. sırada önemli olan *zamanında kalkış-varışın* Atlasjet, Pegasus ve Sun Express yolcuları için 1. sırada önemli olduğu görülmektedir. Ayrıca *bilet fiyatlarının uygun olması*; Anadolujet ve Onurair yolcuları için 1. sırada öneme sahipken, Atlasjet, Pegasus ve Sun Express yolcuları için 2. sırada, Borajet yolcuları için 3. sırada ve THY yolcuları için 4. sırada bir öneme sahiptir. Havayolu şirketine ait uçağın *konforlu olması* THY yolcuları için 3. sırada önemliyken, Anadolujet ve Onurair yolcuları için 4. sırada, Atlasjet ve Pegasus yolcuları için 5. sırada, Sun Express yolcuları için 7. sırada ve Borajet yolcuları için 11. sıradaki öneme sahiptir. *Seferlerin iptal olmamasının* havayolu şirketini tercih etmede borajet yolcuları için 1. sırada önemliyken, Sun Express yolcuları için 3. sırada, Atlasjet ve Pegasus yolcuları için 4. sırada, THY ve Anadolujet yolcuları içinse 5. sırada öneme sahiptir.

Havayolu şirketlerinden THY 3.84 ortalama ile ilk sırada yer alırken, 3.78 ile Onurair ikinci, 3.70 ile Pegasus üçüncü sırada yer almıştır. Ardından 3,67'şer ortalama ile Atlasjet ve Sun Express, 3,60'şar ortalama ile Anadolujet ve Borajet gelmektedir. Genel olarak sonuçlar beklentimizi karşılamaktadır. Görüldüğü üzere tüm havayolu şirketlerinde bilet fiyatlarıyla beraber zamanında kalkış-varış, güvenlik, konfor ve seferlerin iptal olmaması en yüksek ortalamaya sahip olan faktörlerdir.

Şirket bazında incelediğinde ise havayolu şirketinin tercih edilmesindeki en önemli ilk beş faktör şu şekilde sıralanabilir;

- ***Türk Hava Yolları***
 1. Havayolu şirketinin güvenli olması
 2. Zamanında kalkış-varış
 3. Şirkete ait uçağın konforlu olması
 4. Bilet fiyatlarının uygun olması
 5. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
- ***Pegasus Havayolları***
 1. Zamanında kalkış-varış
 2. Bilet fiyatlarının uygun olması
 3. Havayolu şirketinin güvenli olması
 4. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
 5. Şirkete ait uçağın konforlu olması
- ***Onurair Havayolları***
 1. Bilet fiyatlarının uygun olması
 2. Havayolu şirketinin güvenli olması
 3. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
 4. Şirkete ait uçağın konforlu olması

5. Zamanında kalkış-varış
- ***Sun Express Havayolları***
 1. Zamanında kalkış-varış
 2. Bilet fiyatlarının uygun olması
 3. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
 4. Havayolu şirketinin güvenli olması
 5. Personelin Hizmet Kalitesi
- ***Atlasjet Havayolları***
 1. Zamanında kalkış-varış
 2. Bilet fiyatlarının uygun olması
 3. Havayolu şirketinin güvenli olması
 4. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
 5. Şirkete ait uçağın konforlu olması
- ***Anadolujet Havayolları***
 1. Bilet fiyatlarının uygun olması
 2. Havayolu şirketinin güvenli olması
 3. Zamanında kalkış-varış
 4. Şirkete ait uçağın konforlu olması
 5. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
- ***Borajet Havayolları***
 1. Uçuş seferlerinin iptal olmaması
 2. Zamanında kalkış-varış
 3. Bilet fiyatlarının uygun olması
 4. Personelin Hizmet Kalitesi
 5. Havayolu şirketinin güvenli olması

Aslan (2007)'de yaptığı çalışmada Atlasjet ve Pegasus yolcularının müşteri tercih sıralamasında THY'den sonra geldiğini saptamıştır. Bu çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiş ve THY ilk sırayı alırken, Onurair ikinci ve Pegasus üçüncü sırada gelmektedir. Aslan'ın çalışmasında uçuş emniyeti, güvenlik, bagaj hizmetleri, dakiklik ve uçak içi temizlik şirket tercihinde ilk sıraları alırken, Çelikkol ve arkadaşlarının 2008 yılında yaptığı çalışmada güvenlik, iyi ve kaliteli hizmet, rahatlık ve konforun ilk sıraları aldığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise ilk sıralarda bilet fiyatları, zamanında kalkış-varış, güvenlik, konfor ve seferlerin iptal olmaması yer almaktadır.

5. Sonuç

2003 yılında iç hat uçuşlarında özel havayolu işletmelerine yönelik kısıtlamaların kaldırılmasıyla ve devlet tarafından sübvansede edilmesiyle birlikte iç hatlarda hizmet sunan havayolu şirketleri artmıştır. Fiyatların düşmesiyle birlikte hava ulaşımına olan talep edilen miktar artmış, bu da yeni havayolu şirketlerinin uçuşa başlamasına, mevcut firmaların yeni hatlar açmasına ve uçuş olan yerlere yönelik sefer sayılarını artırmalarına sebep olmuştur.

Türkiye’de iç hatlarda seferi bulunan 7 havayolu şirketinin tercih edilmesinde etkili olan faktörler 5’li likert ölçeği kullanılarak incelenmiş ve genel olarak sonuçların beklentilerimizi karşıladığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre tüm havayolu şirketlerinde bilet fiyatlarıyla beraber zamanında kalkış-varış, güvenlik, konfor ve seferlerin iptal olmaması en yüksek ortalamaya sahip olan faktörler olarak sıralanmıştır. Havayolu şirketine ait kredi kartının (veya özel kart) sağladığı imkanlar, mil (puan) kazandırması ve reklamların etkisi ise en düşük değerleri alan faktörlerdir. Havayolu şirketi bazında incelendiğinde ise THY 3,84 ortalama ile ilk sırada yer alırken, 3,78 ile Onurair ikinci, 3,70 ile Pegasus üçüncü sırada yer almıştır.

Bulgular kısmında değinildiği gibi son 6-7 yılda bazı değişkenlerin önem sırasının değiştiği gözlenmiştir. Bu nedenle firmaların tüketici tercihlerindeki değişiklikleri sürekli takip etmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde ilerleyen zamanlarda benzer konularda çalışma yapacak olan araştırmacılarında bu durumu değerlendirmeleri faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Aslan, M. (2007). Havayolu İşletmelerinde Müşteri Değeri ve İç Hatlarda Hizmet Sunan Havayolu İşletmelerinde Müşteri Değerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Battersby, B. (2003). A Model of Demand for Regional Air Travel in New South Wales Australia. Erişim adresi: http://www.researchgate.net/publication/228727605_A_Model_of_Demand_for_Regional_AirTravel_in_New_South_Wales_Australia_by
- Carlsson, F. (2003). The Demand for Intercity Public Transport: The Case of Business Passengers. *Applied Economics*, 35(1), 41-50. Erişim adresi: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036840210158921#.Ueb8vI3wmQA>
- Çelikkol, E.S., Çelikkol, Ş., Tekin, N.V. ve Uçkun, G.C. (2012). Türkiye’de İç Hatlardaki Havayolu Taşımacılığında Müşteri Tercihi ve Memnuniyetini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 70-81. Erişim adresi: http://www.isarder.org/tr/2012cilt4no3/Vol.4_Issue3_05_full_text.pdf.

- Devlet Planlama Teşkilatı. 9. *Kalkınma Planı Havayolu Ulaşımı Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Erişim adresi: http://plan9.dpt.gov.tr/oik32_havayolu/havayol.pdf.
- Dilek, Ö. (2007). Şehirlerarası Havayolu Talep Tahmini: Erzurum Üzerine Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Geçen, E. (2011). Düşük Maliyetli Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Marka Tercihi ve Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gilberta, D. Robin K. ve Wong, C. (2003). Passenger Expectations and Airline Services: A Hong Kong Based Study. *Tourism Management*, 24, 519-532.
- Graham, A. (2000). Demand for Leisure Air Travel and Limits to Growth. *Journal of Air Transport Management*, 6, 109-118.
- Kim, J. H. (2006). Price Dispersion in the Airline Industry: The Effect of Industry Elasticity and Cross-Price Elasticity. (PhD Dissertation). A&M University, Texas, USA.
- Kopsch, F. (2012). Demand Model for Domestic Air Travel in Sweden. *Journal of Air Transport Management*, 20, 46-48. Erişim adresi: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699711001219>.
- Ryley, T. ve Davison, L. (2008). UK Air Travel Preferences: Evidence From an East Midlands Household Survey. *Journal of Air Transport Management*, 14, 43-46.
<http://www.havaciliktarihi.com/1783-montgolfier-kardesler-ve-ilk-balon/#more-287>
<http://www.aahd.org.tr/havaambtarih.html>
<http://www.thk.edu.tr/about/story.php>
<http://www.nuveforum.net/1112-diger-resmi-kurluslar/253058-havacilik/>
http://tr.wikipedia.org/wiki/Havacılık_tarihi,
<http://www.turkishairlines.com/tr-tr/kurumsal/tarihce>