

Makale Geliş Tarihi: 12.10.2018
Kabul Tarihi: 21.12.2018

ULAŞTIRMA HİZMETLERİNDE KALİTE: VAN YYÜ UYGULAMASI

Abdulhamid ADAM

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi
yarabbim31052015@gmail.com

Dr. Ertuğrul ÇAVDAR

Kastamonu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
cavdare@hotmail.com

Öz

Artan refah düzeyi ile birlikte insanların hizmet kalitesine yönelik beklentileri de artmaktadır. İnsanların en sık faydalandığı hizmetlerden biri ulaştırma hizmetleri olup, bu hizmeti sunan farklı alternatifler vardır. Bu çalışmanın amacı Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi yerleşkesine yönelik sunulan ulaşım hizmetlerinin kalitesini değerlendirmektir. Bu amaçla literatürde ki çalışmalarda dikkate alınarak uyarlanmış SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kadınlar daha çok otobüsleri, erkekler ise minibüsleri tercih etmektedir. Güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, empati, fiyat ve memnuniyet açısından belediye otobüslerinden sonra sırasıyla taksi, özel halk otobüsü ve minibüsler gelmektedir ve kadınların erkeklere göre daha olumlu değerlendirmeler yaptığı tespit edilmiştir. Ulaşım araçlarında, otobüslerin ücret, özel halk otobüslerinin güzergâh, minibüslerin ulaşım süresi, taksilerin ise konforu nedeniyle tercih edildiği gözlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Ulaşım Hizmetleri, Hizmet Kalitesi, Toplu Taşıma.

Abstract

With the increasing level of welfare the people expectations of the services quality has increased as well. Transportation service being one of the most services that people benefit from, several alternatives to it are available. The goal from this study is to evaluate the quality of the transportation services of Van Yuzuncu Yil University. In order to do this study the studies in literature were taken into consideration and the adapted servqual scale was used. Women preferred the buses while men preferred the minibuses. From the reliability, responsiveness, empathy, price and satisfaction point of view transportation services were ranked from best to worse as the following government buses, taksi, private public buses then minibuses. Women compared to men gave a more positive evaluation. The reasons behind

preferring a specific transportation service was proved to be the price in case of buses, the route in case of private public buses, the fast transportation speed in case of minibuses and the comfort in case of taksis.

Keywords: Transportation Services, Service Quality, Public Transport.

1. Giriş

21.yy'da işletmelerin içinde bulunduğu rekabet ortamı, hayatta kalma koşullarını da yeniden şekillendirmiştir. Müşterinin işletmelere muhtaç kaldıkları dönemden işletmelerin müşterileri devamlı takip ettiği ve onları etkilemek için hem kendi işletmelerinde hem de ürün ve hizmetlerinde birçok yeniliğe gittikleri yeni bir süreç başlamıştır. İşletmelerin temel hedefinde müşteri sayısını artırmak ve kâr elde etmek vardır. Rekabetin yaşandığı bir yerde kar elde etmenin en önemli yolu müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır. Diğer bir ifadeyle kaliteli hizmet ve malı üreterek iyi bir sunumla müşteriye sunarak oluşan memnuniyet hissinden geçmektedir. Müşteriler ise verdikleri paranın karşılığı olarak iyi hizmet almak istemektedirler. Ürünün ve hizmetin kalitesi müşteriler için önemlidir. İşletmeler müşteri değeri yaratmak için hizmetlerinin kalitesini artırıp, müşteri memnuniyeti ve müşteri tatmini yaratarak, sadakatli müşteriler oluşturmak istediği içindedirler.

Diğer tüm sektörlerde olduğu gibi ulaşım alanında hizmet sunan firmaların da en önemli hedeflerinden birisini müşteri memnuniyeti oluşturmaktır. Gelişmiş yâda gelişmekte olan devletlerin çoğunda hizmet sektörü ekonomide önemli bir yere sahip olmakla birlikte aynı zamanda hizmet sektörünün ekonomideki payı da gün geçtikçe artmaktadır. Bu artış, ülkenin ekonomik gelişmişlik durumunun ve yaşam koşullarının iyi bir seviyede olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Türkiye'deki büyükşehir statusündeki şehirlerde ulaşım araçlarının kalitesini iyileştirmek için yeni teknoloji ve farklı uygulamalardan faydalanılması gerekmektedir. Bunun işe yarayabilmesi için mali yönden ve toplumu ilgilendiren yönüyle faydası fazla olan ulaşım sistemlerinin kullanılması gereklidir. Bu yönüyle yaklaşıldığında şehir içi ulaşımında çağa uygun bir toplu taşımacılık anlayışına geçilmesi halinde, yolcuların kendini daha çok güvende hissetmesiyle beraber hem zaman tasarrufunun sağlandığı, hem de ekonomik uygunluk şartlarının sağlandığı bir ulaşım anlayışı geliştirilmiş olacaktır. Toplu ulaşım yolculuğunun başlangıcından, yolculuğun sonlanmasına kadar her noktada memnuniyet önemlidir. Ulaşım faktörü devletlerin ekonomisinde kilit bir yere sahip olmakla birlikte ülkelerin gelişmişlik oranıyla ilgili bize önemli bilgiler vermesi nedeniyle de önemlidir. Ulaşım faktörü bir tek iktisadi



rekabet, işsizliğin önüne geçilmesi ve oluşturduğu mali imkânlar açısından değil, bununla beraber şehir, devlet ve bölgelerin bütünlüğünün sağlanması ve askeri savunmasının da kolayca yapılabilmesi yönüyle de önemlidir. Halk için yaşamsal önemde bir gerekliliği vardır. Gelişerek artan şehirleşme oranları ve yaşanan nüfus artıları, çalışma, konaklama, eğitim, alışveriş, eğlence vb. faaliyetler için daha fazla ulaşım ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Şahsi ulaşım araçlarının beraberinde getirdiği maliyet ve trafik sorunu ise, toplu taşıma vasıtalarını zorunlu hale getirmiştir.

Bu çalışma ekonomik hayatın en önemli unsurlarından biri olan ulaşım hizmetlerinin kalitesini daha iyi anlamak ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi çalışan ve öğrencilerinin almış oldukları ulaşım hizmetlerinin kalitesini nasıl algıladığını belirlemektir.

2. HİZMET KAVRAMI VE HİZMET KALİTESİ

İnsanoğlu yaşamlarının her kademesinde farklı biçimlerde, hizmet faaliyetleriyle karşılaşmakta, hizmetlerle iç içe hayatını sürdürmektedir. İnsanoğluyla dolaylı olarak yâda doğrudan her hususta hizmetten ifade edilmektedir. Bu yönüyle hizmet uçsuz bir kavram olarak izlenmektedir (Koçbek, 2005: 22). Bu sebeple bu kavram ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. Bazı tanımlar şu şekilde ifade edilmiştir:

Hizmet (Grönroos'a göre); az veya çok soyut bir yapıya sahip olan, müşteri, hizmet elemanı veya hizmet sağlayanın fiziksel kaynakları arasında oluşan ve müşteri problemlerine çözüm olarak takdim etmek faaliyetler bütünüdür (Gidhagen, 1998: 3).

Hizmet (Kuriloff'a göre); müstehlik ihtiyaçlar ve isteklerinin giderilmesi niyetiyle meydana getirilen, materyalist niteliği olmayan bir imalattır (Devebakan ve Aksaray, 2003: 39).

Hizmet (Kotler'e göre); bir tarafın diğerine takdim ettiği, başlıca olarak dokunulmayan ve herhangi bir maddenin sahipliğiyle sonuçlanmayan fayda yâda faaliyettir (Meriç, 2005: 38).

Hizmet; yer, psikoloji, zaman ve biçim bakımından fayda sağlayan iktisadi aktifler olarak tanımlanabilir (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985: 41).

Hizmet bir örgüt veya bir birey tarafından başka bir örgüt veya bir birey menfaatine yapılan aktivitelerdir (Altan ve Atan, 2004: 19).

Hizmet insanoğlunun ihtiyaçlarını gidermek amacıyla, belirli bir fiyattan satışa takdim edilen, herhangi bir ürünün mülkiyetini gerektirmeyen, fayda ve tatmin sağlayan, soyut aktivitelerdir (Zengin ve Erdal, 2000: 44).



Makineler ve İnsanoğlu tarafından insan çabasıyla üretilen ve müstehliklere doğrudan yarar sağlayan ve fiziksel olmayan ürünlerdir (Karahan, 2006: 21).

Hizmetleri, fiziksel ürünlerden bölen belirli nitelikler mevcuttur. Fiziksel ürünler, mülkiyetleri alınarak muamele görürler, satılabilir, devredilebilir, alınabilir ve ayrı zamanlarda kullanılmak dolaylarında depolanabilirlerdir. Yalnız hizmetlerin bu çeşit özellikleri mevcut değildir (Gümüşoğlu ve Tütüncü, 2012: 7).

Hizmet, kendine özgü yapısı ile mallardan ayrılmaktadır. Hizmetleri mallardan ayıran dört temel özelliği aşağıdaki gibi sıralayabiliriz; Soyut olması; elle tutulamaz, satın almadan önce incelenemez. Eşzamanlılık; üretiminin ve tüketiminin birbirinden ayrılamamasıdır. Heterojen oluşu; aynı hizmetin tekrarının ilkiyle aynı olmamasıdır. Dayanıksızlık; yani depolanamaz oluşudur. (Çavdar ve Gürbüzkol, 2016: 78)

Sonuç olarak hizmet, insanların, gereksinimlerini karşılamak maksadıyla belirli bir fiyattan satışa takdim edilen, standartlaştırılmayan, elle tutulamayan, fayda ve tatmin oluşturan soyut aktiviteler bütünü olarak tanımlanabilir.

2.1. Hizmetlerin Sınıflandırılması

Hizmet kavramının tanımlanmasında yaşanan karmaşa, kapsamını belirleme ve sınıflandırma alanlarına da yansımıştır. Esasen birçok sayıda farklı çeşidi olan hizmetler farklı yazarlarca farklı esaslara göre sınıflandırılmıştır. Hizmetlerin sınıflandırılmasında en yaygın kullanılan ölçüt, gerçekleştirilen “faaliyet/eylem türünün” belirlenmesidir (Gümüş, vd. 2007: 13). Farklı araştırmacılar, hizmetlerin sınıflandırılmasında birbirinden farklı yaklaşımlarda bulunmuşlardır. Kapsamlı bir sınıflandırmaya göre hizmet sektörü dört belli başlı kütle ve yirmi yedi alt kütle bölünmektedir. Bu gruplandırmaya göre hizmetler (Karahan, 2006: 30):

Üretici hizmetler; sigorta, finansman ve bankacılık hizmetleri, gayrimenkul alım satımı, muhasebe, hukuki hizmetler, mimarlık ve mühendislik hizmetleri ve çeşitli ticari hizmetlerdir.

Dağıtıcı hizmetler; toptan ticaret, perakende ticaret, iletişim, erişim ve depolama.

Kişisel hizmetler; içme ve yeme hizmetleri, ev, konaklama, barınma ve otel hizmetleri, temizleme ve kuru yıkama hizmetleri, bakım ve onarım hizmetleri, güzellik ve eğlence hizmetleri.

Sosyal hizmetler; hastaneler, sağlık hizmetleri, öğrenim ve eğitim hizmetleri, sosyal emniyet hizmetleri, ihtiyar bakımı hizmetleri, ihtiyaç sahibi olan çocuklara bakım hizmetleri, vakıf ve dernek

hizmetleri, e-posta hizmetleri, din hizmetleri, bir sürü çeşitli mesleki hizmetler, kamu hizmetleri ve sosyal hizmetler (Çavdar, vd. 2017: 140).

2.2. Hizmet Kalitesi

Kalite, kaynakların verimli bir şekilde kullanımını temin eden, hizmetlere ve ürün kullanım uygunluğu kazandıran, müşteri ihtiyaçlarına uygun imalat ve hizmet anlayışını hâkim kılan ve bu şekilde işletmelerin resmî sorumluluklarında da pozitif olarak gerçekleştirilmelerine imkân sağlayan bir başarıım (performans) boyutudur (Doğan, 2000: 22).

Kalite, satış merkezi payındaki çoğalış ve verimlilik, imalat maliyetlerinde eksilme gibi stratejik bir anlamda fayda temin edendir (Gürbüz, 2000: 45).

Kalite, hizmet yâda ürünün kesinleştiren yâda olabilecek gereksinimleri giderme kabiliyetine dayanan özelliklerin toplamı olarak söz edilir. Bir devletin gelişmişlik seviyenin en inandırıcı delil, kuşkusuz ürettiği hizmet ve malların niteliğidir. (Çavdar ve Gürbüzkol, 2016: 78).

Geniş kapsamından dolayı, farklı kişilerce farklı tanımlar yapılmış olmakla beraber, en yaygın görüş kalitenim müşterinin beklentilerine uygunluk olduğudur.

Hizmet kalitesi hususunda yapılan tarifelerde hala bir mutabakat sağlanmamaktadır (Ataberk, 2006: 91), literatürdeki birkaç tarifler şöyledir:

Hizmet kalitesi, algılanan hizmet ve beklenen hizmet başarıımı (performansı) arasındaki farktır (Parasuraman vd. 1985: 42).

Hizmet kalitesi, alıcı beklentilerini gidermek için yüksek yâda fevkalade hizmetin verilmesidir (Yumuşak, 2006: 26).

Hizmet kalitesi, işletmenin alıcı beklentilerini giderebilme yâda beklentileri aşma yeteneğidir (Akbaba, 2006: 18).

Hizmet kalitesi, yalnızca yapılabilecek şeylerin sözünün verilmesi ve söz verilen şekilden fazlasının yapılmasıdır.

Hizmet kalitesi, alıcının hizmetle alakadar beklenti ve isteklerinin giderilme derecesidir (Güzel, 2006: 60).

Hizmet kalitesi, alıcı ihtiyaç ve isteklerinin en kaliteli şekilde karşılanması olarak tanımlanabilir (Koçoğlu ve Aksoy, 2012: 2).

Hizmet kalitesi tüm düzeylerde alıcı memnuniyetini kazanmak için çalışma süreçlerini yönetmenin bir stratejidir (Grzinic, 2007: 82).

Hizmet kalitesi, yöntem nitelik ve işlevsel kalite (çizim ve dizayn, imalat, sunum, irtibatlar) olarak kuramsallaşmıştır. Yöntem nitelik, sonuçla odaklanır. Müstehliklerin hizmetten kadar

faydalandıkları ve ne aldıkları, büsbütün kendi yargılarından yola çıkarak objektif bir biçimde ölçülebilir. İşlevsel nitelik ise seviyelerle alakadır ve yanında verilen hizmetin halı subjektif olarak tanımlanabilir ve değerlendirilir (Gronroos, 1984: 36-44).

Lehtinen, hizmet kalitesinin alıcılar ve hizmet düzenlemesindeki unsurlar arasındaki etkileşimden oluştuğunu onaylama etmiş ve işletme kalitesi, fiziksel ve etkileşimli nitelik olmak üzere üç kalite ölçütü varmışlardır.

Fiziksel kalite; vasıta, hakiki yâda yapılar benzer fiziksel görünümle ilgili konuları içerir. Şirket (firma) kalitesi; işletmenin profiliyle yâda imajıyla ilgilidir. Etkileşimli kalite, alıcılarla eleman arasındaki etkileşimden oluşmaktadır (Parasuraman vd. 1985: 43).

Günümüzde alıcılar, fabrikanın ve şirketlerinin varlıklarını devam edebilmesi için kilit bir gösteriş oynamaktadır. Bundan dolayı alıcı memnuniyeti ve tatmini temin etmek, alıcılara hususi olduklarını hissettirmek fabrikanın ve şirketlerinin ayakta kalabilmesi için bir zorunluluk hala gelmiştir. Müşteri memnuniyetini elde etmek, karlılık sağlamak ve üretkenlik olmak, pozitif işletme imajı oluşturmak, rekabet avantajı sağlamak ve maliyet üstünlüğü elde etmek için hizmet niteliği artırmak olmazsa olmaz hala gelmiştir. Aynı vakitte, hem alıcı menfaati hem de kendi menfaatini aynı zamanda düşünüp memnuniyetin yollarını aramak fabrikanın ve şirketlerinin için kaçınılmaz hala gelmiştir (Gürbüz, 2003: 5).

Hizmet kalitesinde iyileştirmelerin gözetilebileceği siyasi ve stratejilerin oluşturulması için seyredilmesi gereken öncelikli husus, hizmet sunumundaki var olan nitelik seviyesini değerlendirmektir. Bu hedefle göre hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik yöntemlerin geliştirilmesi bilimsel meydana epeyce ilgi görmüştür. Hizmet niteliğini ölçmeye yönelik incelemeler 1980'li yılların başında süratli bir çoğalış göstermiştir. Bir sürü araştırmacı hizmet niteliğinin algılanan ve beklenen performansların karşılaştırılmasına dayandığını ileri sürmüştür (Grönroos (1984).

Hizmet kalitesinin geliştirilmesi ölçülmesiyle mümkün olacaktır. Fakat hizmet kalitesinin ölçülmesi, mamul kalitesinin ölçülmesi kadar kolay değildir. Hizmet kalitesinin ölçülmesinin zorluğu, hizmetin doğasından kaynaklanmaktadır. Hizmet kalitesi ölçümünde iki yöntem yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunlar SERVQUAL (Parasuraman ve arkadaşları, 1991) ve SERVPERF (Cronin ve Taylor, 1994) yöntemleridir. Hizmet niteliğinin, verilen hizmet düzeyinin alıcı beklentileriyle ne kadar iyi eşleştiğinin bir ölçüsü olduğunu öne sürmüştür. Bilhassa, Parasuraman ve arkadaşları geniş şümulü kavramsal iş ile emek ve deney değerlendirmeye dayalı

şümulü bir nitelik ölçütü modernleştirerek hizmet kalitesinin çok boyutlu bir ölçüsü olan SRVQUAL modelini geliştirmiştir (Babakus ve Inhofe, 2015: 376).

Hizmet niteliği alıcının hizmeti nasıl algıladığına göre değişmektedir. Bundan dolayı hizmet niteliği yerine, algılanan hizmet kalitesi kavramı kullanılmaktadır. Buna göre algılanan hizmet niteliği, alıcının hizmetten beledikleri ile kendilerine takdim edilen hizmet arasındaki kıyaslamadan şekillenmektedir (Koçoğlu, 2009: 31). Bu doğrultuda, alıcıların beledikleri hizmet, algıladıkları hizmetten yüksek olursa o zaman algılanan hizmet niteliği tatminli değildir. Beklenen hizmetin ile algılanan hizmet eşit olarak olursa o zaman algılanan nitelik tatminlidir. Algılanan hizmet, beklenen hizmetten yüksek olursa, o zaman algılanan nitelik ideal olacaktır (Aslan, vd. 2006: 353). Buna göre alıcılar, beledikleri karşılığında dolayı memnun olacak ve aynı ve benzer hizmeti bir daha satın alabileceklerdir, alıcıların hizmetleri bir daha kullanma eğilimleri de artabilecektir (Asubonteng, vd. 1996: 64).

3. ULAŞIM HİZMETLERİ

Ulaşım hizmetleri, hava yolları, demir yolları, kara yolları ve deniz yolları olmak üzere dört kategoride incelenmektedir. Ulaşım hizmetleri için yapılan diğer bir sınıflandırma ise toplu ulaştırma hizmetleri ve eşya ulaştırma hizmetleri şeklindedir. Ulaşım hizmeti sunan işletmelerin müşterileri, gezgin, turist ve yolcu şeklinde sıralanabilir. Gezgin, her hangi bir gaye için seyahat eden şahıslara verilen umumi addır. Turist, belli bir rotayı izleyerek seyahat eden şahıstır. Yolcu, iki nokta arasında bir ulaşım aracılığıyla yer değiştiren şahıstır. Ulaşım hizmeti sunan işletmeler, bu alıcı kütlesinin hepsine yâda bir kısmına yönelik hizmet sunabilirler. Ulaşım hizmetlerinin diğer hizmetlerden farklı özellikleri de vardır. Esin'e (2002: 188) göre müşterilerin ulaşım hizmetlerinde aradıkları bazı özellikler şunlardır;

- Hızlı olmalı
- Güvenli olmalı
- Rahat olmalı
- Düzenli olmalı
- Dakik olmalı
- Sık olmalı
- Kapasite yeterli olmalı
- Kapsam geniş olmalı (alternatifler geniş olmalı)
- Altyapı yeterli olmalı
- Hava koşullarından kolay kolay etkilenmemeli
- Ekonomik olmalı

- Konforlu olmalı
- Erişilebilir olmalı

Ayrıca ulaştırma hizmetleri anlaşılabilir olmalıdır. Anlaşılabilirlik düzen, güzergâhının ne olduğu, vasıtaların hangi yerlerde durduğu, gezi maliyetinin ne olduğu, ödemenin hangi şekilde yapılabileceği gibi hususlarda sistemin basitçe anlaşılabilir ve kullanıcı dostu olma prensibidir (Sutcliffe, 2012: 131).

Ulaşım hizmetlerinde bireyin araç seçimi, belirtilen özelliklerden hangisine önem verdiği, ulaşımın kapsamına ve mevcut imkânlarla bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Mevcut ulaşım hatlarında alternatif ulaşım imkânlarının olması, ulaşım hizmeti sunan işletmeler açısından rekabetin doğması anlamına gelmektedir. Ulaşım sektöründe rekabet, Türkiye’de olduğu gibi uluslararası pazarlarda da üst seviyededir. Rekabet, toplumsal yaşamda kimin iyi olduğunun bilinmediği durumlarda, bunu tespit etme yoludur (Dogan, 2000). Rekabetin gereğini yerine getiren ve müşteri beğenisini kazanan işletmeler, hızla büyümektedir. TURSAB (2003: 5) tarafından Avrupa’da rekabette kaliteyi ve müşteri memnuniyetini ön planda tutan seyahat işletmelerinin, rakiplerine fark attığı ve cirolarının inanılmaz rakamlara çıktığı ifade edilmektedir.

3.1. Toplu Ulaşım

Çağımızda dünyanın metropol şehirlerinde endüstri devrimi ile başlayan kentleşme yanında çok fazla sorunlar da meydana getirmiştir. En önemli sorunlardan biri olan toplu ulaşım problemidir. Gelişmiş ve gelişmekte olan devletlerde kentsel idareler ister trafik sıkışıklığı probleminde çözüm bulmak, isterse verimli yolcu nakliyeciliği gerçekleştirebilmek için toplu nakliyeciliği ön plana çıkarmışlardır (Abbasgil, 1994: 6). İlk buharlı gemi 1819 yılında Atlas Okyanusunu geçmiştir. İlk buharlı tren 1825 yılında İngiltere’de taşımacılığa düzenlemiştir. İlk yer altı treni 1863 yılında Londra’da denenmiştir. 1867 yılında New York’ta yükseltilmiş demir yolu hattında yolcu nakliyecisi başlamıştır. 1879 yılında Siemens Berlin’de ilk elektrikli lokomotif buluşu illerde toplu taşımacılığa yeni boyutlar geliştirmiştir.

B.Daimler 1885 yılında içten patlamalı motoru başarılı bir şekilde yaratmış ve 1888 yılında ABD’de ilk otomobil olarak pazara çıkartılmıştır. 1896 yılında dizel motorların üretimiyle ile toplu taşınması bir yandan otobüslerle diğer yandan yeraltı treni ve elektrikli tramvay ile büyük adımlar göstermiştir. Elektrikli trenlerin yer altında 1897 yılında çalışmaya başlamasıyla yeraltı treni devri başlamıştır. İlk

uçak 1908 yılında uygulamaya başlamıştır. 1928 yılında uçak ile kitle taşımacılığı uygulamaya başlamıştır. (Abbasgil, 1994: 7-8).

4. ULAŞTIRMA HİZMET KALİTESİ

4.1. Literatür Araştırması

Ulaşım tercihleri üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi konusyla ilgili çalışmalar olabildiğince az sayıdadır. Bu hususta yapılan bazı millî ve uluslararası çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Keskin 1998 yılında yapmış olduğu araştırmada, Erzurum ilinde belediye toplu nakliyecilik hizmetlerinden yararlanan Atatürk Üniversitesi okuyan öğrencilerinin, hizmetle alakalı beklentileri ve şikâyetçi oldukları hususları araştırarak, hizmetin niteliği alakalı bir değerlendirmede bulunmuştur.

Tan ve Bektaş 2002 yılında yapmış oldukları araştırmada, Şehirlerarası ulaşım hizmeti takdim eden şirketlerin mevcut olan durumunu saptamak, problemlerini tespit etmek ve bu hususta şirket maliklerine yardımcı olacak neticelere ulaşmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir.

Keskin ve Karaman 2002 yılında yapmış oldukları araştırmada, Toplu taşıma hizmetlerinde çalışanların daha kaliteli hizmet sunmaları için, çalışanların iş tatminine yönelik bir araştırma yapmışlardır.

Çatı 2003 yılında tarafından yapılan çalışmada, hizmet niteliğini ölçmek için alıcı algılamalarını esas alan SERVPERF yöntemi kullanılmıştır. Araştırma, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan ve ulaşım hizmetlerinden yararlanan öğrencilerin, takdim edilen hizmetleri ne türlü algıladıklarını belirlemek için gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 304 okuyan öğrenci katılmıştır. Araştırmanın neticelerine göre, ulaşım vasıtalarına fazla müşteri alınması ve görevliler davranışlarının olumsuzlukları giderildikten sonra hizmet niteliğinin yüksek olabileceğini vurgulamıştır.

Altan ve Engin 2004 yılında yapmış oldukları araştırmada, şehirlerarası nakliyecilik yapan bir turizm şirketinde yolcu memnuniyeti ölçmek için bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada gezinin genel değerlendirmesine tesir eden etkenlerin önem sıralamasına göre 1-kaptan, 2-ikram ve servis, 3-rezervasyon ve bilet satış, 4-konuğa saygı, 5-ağırlama, 6-konukçu, 7- bakım ve temizlik yer almıştır.

Çatı ve Yıldız 2005 yılında yapmış oldukları araştırmada, Sivas şehir merkezinde şehirlerarası yolcu nakliyeciliği yapan turizm

işletmelerinin sundukları hizmet niteliğini SERVQUAL yöntemiyle ölçülmüştür. Çalışmada fiziksel unsurlar, müşterinin beklentilerini karşılamak, isteklilik, güvenilirlik ve kibarlık etkenlerinin hizmet niteliğini etkileyen etkenler olduğunu belirlemiştir.

Kaya vd. 2005 yılında yapmış oldukları araştırmada, Konya Selçuk Üniversitesi Alâeddin Keykubat Kampüsüne yönelik alternatif ulaşırma hizmetlerini incelemiştir. Kampüsü içerisinde yapılacak olan hat ile müşterilerin gidecekleri yerlerine daha rahat bir şekilde ulaşmaları sağlanacağı, yolculuk esnasında yolculuk süresi ve maliyetlerin düşeceği belirtilmiştir. Çalışma ile kampüsü içerisinde yapılması planlanan 3269m lik yolun uygulama projelerinin inşaatı aşamasında karşılaşılan problemleri ortaya koymak ve kullanılan çözüm yolu yöntemleri takdim etmek çalışılmıştır.

Aslan vd. 2006 yılında yapmış oldukları araştırmada, turizm şirketleri müdürlerinin hizmet niteliği algıları hakkında bir değerlendirme yapmışlardır. Araştırma neticesinde Türkiye'deki turizm acentelerinin hizmet niteliği boyutlarından en güçsüzü fiziki görünüm boyutu bulunmuştur.

Akan ve diğerleri 2007 yılında yapmış oldukları araştırmada, Atatürk Üniversitesinde okuyan öğrencilerinin şehirlerarası ulaşım isteği, araç önceliği, seyahatin gayesi, merkezi ve sayısı ile seyahat etmede etkileyici olan öbürü etkenler açısından tahlil yapılmaktadır. Anket neticelerine göre okuyan öğrencilerin en çok benimsedikleri 1- ulaşım aracı olarak otobüs (%90) 2- uçak (%9) bulunmuştur. Tren ve özel araç kullanımının (%1) çok düşük seviyelerde olduğunu tespit edilmiştir.

Keskin 2007 yılında yapmış olduğu araştırmada, tarafından yapılan araştırmada üniversitede okuyan öğrencilerinin seyahat etme yoğunluğu üzerinde rol oynayan etkenler, diğer ulaşım taşıtları da göz önüne alınarak, en küçük kareler yöntemi ve Tobit modeli kullanılarak incelenmiştir. Okuyan öğrencilerin seyahat yoğunluğu incelerken uçak ve otobüs ile Trabzon il merkezinden il dışına yapılan seyahatler değerlendirmeye alınmıştır. Trabzon'da bulunan Karadeniz Teknik Üniversitesinde okuyan öğrencilerden 684 kişi ile yüz yüze görüşülerek veriler toplanılmıştır. Bir sürü açıklayıcı değişken arasından, farklı ulaşım taşıtları ele alındığında, üniversitede okuyan öğrencilerinin otobüs ile seyahat etmelerinde uzaklık, sınıf, akademik ortalama, cinsiyet ve aile büyüklüğüdür. Uçakla seyahat etmelerinde ise uzaklık, akademik ortalama, cinsiyet, aile büyüklüğü ve ortalama aylık hane halkı kazancı ön plana çıkan değişkenler görülmüştür.

Okumuş ve Asil 2007 yılında yapmış oldukları araştırmada, hava yolu yolcularının beklentilerinin memnuniyet seviyelerine göre



değişiklik gösterip göstermediği incelenmiş. Yapılan tahliller neticesine göre, yerli yolcuların genel memnuniyetleri üzerinde etkileyici olan etkenler önem sıralarına göre fiziksel unsurlar ve empati faktörleri olarak ortaya çıkmış ve yabancı yolcuların genel memnuniyetleri üzerinde etkisi olan etkenler yine önem sıralarına göre güvenilir personel, anında hizmet, müşteriye anlama ve inanılabilirlik etkenleri görülmüştür.

Duman, Ayduğan ve Koçak 2007 yılında yapmış oldukları araştırmada, şehirlerarası karayolu gezisinde müşteri sadakati ve hizmet nitelik algısı arasındaki bağı inceledikleri araştırmada, müşteri sadakatini belirlemek ve muhafaza etmek için nitelikli hizmete yoğunlaşmak ihtiyaç olduğunu belirlemiştir. SERVQUAL modelinden yaralandıkları araştırmalarında istirahat noktaları, gezi zamanındaki hizmetler ve büro servis terminal arasındaki hizmetlerin hizmet nitelik algısının belirleyicileri olduğunu belirlemiştir.

Ardıç ve Sadaklıoğlu 2009 yılında yapmış oldukları araştırmada, Tokat şehri özelinde şehirlerarası gezi işletmelerinin takdim ettikleri hizmetlerde yolcuların memnuniyet seviyeleri ve takdim edilen hizmet nitelik düzeyi belirlenmek için bu çalışmayı yapmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, rezervasyon, görevlilerinin hal ve davranışları, konaklama ve istirahat, servis sağlama ve bagaj, vaktinde hareket ve ulaşma, otobüs özellikleri ve büro işlemleri yolcu memnuniyetine etki eden etkenler olarak belirlenmiştir. Bu etkenler içerisinde en dikkate değer olanının görevlilerin hal ve davranışlarının olduğu tespit edilmiştir.

Koçoğlu ve Aksoy 2012 yılında yapmış oldukları araştırmada, Zonguldak şehir merkezinde yer alan şehirlerarası turizm işletmelerinde hizmet niteliğini ölçmek için SERVPERF modelinden yararlanmıştır. Araştırma neticelerine göre hizmet nitelik etkenleri heveslilik, fiziki öğeler, yeterlilik, kibar davranma ve güvenilirlik olarak tespit edilmiştir. Yetkin eleman temini ve düzenli hizmet niteliği ölçümü ile müşteri memnuniyetinin artırılacağı neticesine varılmıştır.

Tekin ve Kılıç 2014 yılında yapmış oldukları araştırmaya göre, üniversitelerin inşa edildikleri bölgelerde, iktisadi yapıya, sosyal ve fiziksel altyapıya, şehir ve yaşam niteliğine, eğitim düzeyinin artmasına katkıları göz önüne alınarak, üniversite kampüslerinin fiziki yapılarıyla şehir imajını en iyi biçimde yansıtan alanlar olması sağlanmalıdır. Araştırmada katılımcıların demografik özelliklerine göre var olan kampüs ulaşımı algılarını ve kullanılan ulaşım alternatifleri tercih etme sebeplerini saptamaya çalışılmıştır.



Yapraklı ve Ünalın 2016 yılında yapmış oldukları araştırmada, şehirlerarası otobüs işletmelerinde hizmet niteliğinin ölçülmesi ve hizmet niteliğinin müşteri sadakatine etkisinin belirlenmesi ne yönelik bir çalışma yapılmıştır. Erzurum Atatürk Üniversitesi'nde okuyan öğrencilere yönelik yapılan çalışmada SERVPERF modeli ölçeği istihdam edilmiştir. Bilgilerin yorumlanmasında anketi cevaplayanların demografik özellikleri, t-testi ve regresyon analizleri, güvenilirlik testleri, faktör analizi yapılmıştır. Çalışma neticelerinde, hizmet niteliğinin önemi vurgulanmış, hangi değişkenlerin daha önemli olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan, hizmet niteliğinin müşteri sadakatini etkilediği neticesine ulaşılmıştır.

Kılıç ve Tekin 2016 yılında yapmış oldukları araştırmada, Kampüs içi ulaşımın nasıl sağlanacağı hususunda tercih yapılırken pek çok kriterin etkili olduğu belirtilmiştir. Pek çok sayıda kriterin var olan oluşu, kampüs içi ulaşımın tercihinin çok kriterli karar verme problemi haline dönüştürür. Bu araştırmada ulaşım tercihinde etkileyici olan çok sayıdaki kriter uzman görüşleri ve literatür taramaları dikkate alınarak 8 ana kritere indirgenmiş ve Karabük Üniversitesi genelinde Mayıs-Temmuz 2014 eğitim-öğretim döneminde halihazırda bulunan akademik personel, idari personel ve öğrenci tarafından ikili karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen anket neticelerine göre, cevapların tutarlılıklarını dikkate alan Analitik Hiyerarşi Süreci ile ulaşım sistemi tercihinde dikkate alınan kriterlerin önem derecesi göstergesi olan ağırlıkları belirlenmiştir. Ağırlıkları belirlenen ana kriterler üniversite yönetimiyle belirlenen 3 ulaşım seçeneğinin ikili kıyası yapılarak hangisinin tercih edildiği tespit edilmiştir. Elde edilen neticelere göre %34,5 ile "Güvenlik" en önemli ana kriter olarak öne çıkarken "Raylı Sistemler" ulaşım seçeneğinin ana kriterlerin pek çoğunda öne çıktığı bulunmuştur.

Disney'in 1998 yılında yapmış olduğu araştırmada, yolcuların kolay bir ulaşım hizmetinden faydalanmaları için, sürücülerin bazı faaliyetleri yerine getirmesi gerektiğini tespit etmiştir. Araca binen yolcuyla selamlaşmak ve yolcu inerken teşekkür etmek ve uğurlamaktır, Yolcunun soru ve sorunlarını iyi bir şekilde yanıtlamak, Ücretleri talep ederken kibar olmak, Ücretleri aldığı anda teşekkür etmek ve Elde olmayan sebeplerden meydana gelecek aksaklıklardan dolayı özür dilemek. Diğer yandan müşterilerin beklentilerini ise, Hizmetin sürekliliği ve güvenilirliği ve içtenlikle gerçekleştirilmesi, Fiyatın uygun olması ve ödemenin şekli kolay gerçekleştirilebilmesi, Aracın temizliği ve konforu ve Araçların hareket sürelerinin belli olmasıdır.



Nijkamp, Reggiani ve Tsang 1999 yılında yapmış oldukları araştırmada, bölgelerarası ulaşım akışlarının karşılaştırmalı modellemesi araştırmalarında, tahmini ve tanımlayıcı iki türlü tahmin modelini karşılaştırmaya çalışmışlardır. İki ulaşım çeşidi olan demiryolu ve karayolu ele alınmıştır. Veriler göre 108 Avrupa bölgesi arasındaki her bir bağlantının taşıma akışını içermektedir.

Cunningham ve arkadaşları 2000 yılında yapmış oldukları araştırmada, toplu nakliyecilik hizmetlerinin niteliğini ölçmede çeşitleme veya çoklu metodolojilerin nasıl kullanılabilceği gösterilmektedir. Bu araştırmada temel gaye hizmet niteliği ölçmede kullanılabilcek metodolojik bir çerçeve meydana getirmektir. Anket neticeleri insanların var olan hizmetlerden resmi makamların düşündüğünden daha fazla memnun olduğunu göstermektedir. Kritik olaylar yöntemi ve odak grup mülakat neticeleri ise katılımcıların nakliyecilik sistemi ve nakliyecilik hizmetleri hakkındaki bilgi düzeylerinin çok yüksek olmadığını göstermektedir.

Affuso, Mason ve Newbbery 2003 yılında yapmış oldukları araştırmada, taşıma altyapısındaki yatırımlarla demiryolu ve karayoluna yapılan yatırımlarının karlılığını karşılaştırmıştır. Makalede, İngiltere'deki ulaşım sanayisi, devlet politikaları ve ulaşım yatırımlarının ana ilkeleri alakalı bilgilere yer verilmiştir. Ulaşım yatırımları, kuruluş maliyetleri, zaman tasarrufu, çevre etkisi ve güvenlik etkisini içermektedir. Çalışmada, demiryolu projelerine göre karayolundaki gelişmelerin çok yüksek geri dönüşüm sağlayacağı neticesine varılmıştır.

Boot, Kramer ve Swart'ın 2003 yılında yapmış oldukları araştırmada, Hollanda'daki ulaşım talep yönetim politikası 1990'lardan beri bu güne kadar dikkate alarak, özel sektör hissedarlarının bu anlama bakış açılarını incelemiştir. Buna göre devlet politikaları iki taraflıdır. Birincisi olan politika, şirketlerin ulaşılabilirliklerini artırma gayretlerini desteklemektir. İkincisi olan devlet politikası, toplumun menfaati için hizmet etmeli ve işletme menfaatlerinin önüne geçmelidir. Araştırmada, işletmelerin çalışma biçimine göre hangi ulaşım talep yöntemini kullanılacağı yada kullanmayacağı işletmelerin kendi inisiyatifindedir neticesine varılmıştır.

Friman ve Edvardsson 2003 yılında yapmış oldukları araştırmada, toplu ulaşım hizmetlerinde memnuniyetsizliğe sebep olan hizmet kalitesi nitelikleri, hizmetlerden memnun olup olmama durumu ve övgülerin veya şikâyetlerin farklı hizmet boyutunda olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma neticelerine göre, verinin sadeliği, çalışan davranışı, dizayn ve yalın hizmet nitelik boyutları olarak bulunmuştur.



Aynı zamanda, kişiler arası etkileşimin hizmet niteliği algılamalı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

May 2005 yılında yapmış olduğu araştırmada, “Avrupa’da Taşımacılık” başlıklı araştırmada, Avrupa’daki ulaşım sektörünün ilerideki medenileşmesini tahmin etmek amacını gütmüştür. Bu araştırmada, Avrupa’daki ulaşım eğilimleri ve ulaşım isteğinin temellerinden bahsedilmiştir. İngiltere’de havayolu ulaşımı sürdürebilir mi, taşımacılığı yollardan kaldırmak için neler yapılabilir, etkileri neler olur, teknoloji sorunları çözebilir mi, etkili taşımacılık politikasını belirlemenin zorluğu gibi mevzular tartışılmıştır. Araştırmada, ulusal ve uluslararası firmalar ve şirketler, değişik ulaşım çeşitlerinin işletmecileri, şirket ve kişisel bazda kullanıcılar, uçak, araba, gemi ve tren ile ilgili araç gerecin üreticileri ve alt yapı sağlayan kişiler arasında çıkar çatışması olduğunu, bunun da ulaşım politikasını etkilediği neticesine ulaşılmıştır.

Pe’rez ve arkadaşları 2007 yılında tarafından yapılan araştırmada, İspanya ülkesinde kamu sektörü nakliyeciliği sektöründe müşterilerin davranışsal satın alma niyetleri ile hizmet niteliği arasındaki bağı ele alınmıştır. SERVPERF model ölçeği ile yapılan araştırmanın bulguları hizmet niteliğinin beş boyutu ile satın alma niyeti arasında bağı olduğunu tespit edilmiştir. Fiziksel özellikler, reaktifte (tepki verme), güvenlik, empati ve güvenilirlik olarak belirlenen boyutlarının satın alma niyeti üzerinde doğrudan etkisi olduğu neticesine varılmıştır.

Çavdar, Kıpçak ve Önal 2017 yılında tarafından yapılan çalışmada, hizmet kalitesini anlamak ve ölçmek üzere Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen beş hizmet kalitesi boyutuna ek olarak “bilgilendirme” boyutunun hizmet kalitesi açısından önemini araştırmak üzere yapılmıştır. Çalışmada bilgilendirme boyutunu test etmek üzere, icra daireleri ve sosyal yardım hizmetleri olmak üzere iki farklı alanda yapılmış araştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Yapılan analizler “bilgilendirmenin hizmet kalitesi açısından önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, literatürde ulaştırma hizmetine yönelik kalite boyutlarına ek olarak bilgilendirmede boyutu da değerlendirmeye alınmıştır.

4.2. Araştırma Metodolojisi

Araştırmanın amacı, ulaşım hizmetleri için kalite boyutlarını belirlemek ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi’ne ulaşım hizmeti sunan belediye otobüsü, özel halk otobüsü, minibüs ve taksilerin hizmet kalitesini ölçmektir.

Araştırma, Van yüzüncü Yıl Üniversitesinin öğrencileri ile sınırlıdır. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi kampüsü, kent merkezine yaklaşık 15 kilometre uzaklıkta, Van Gölü kenarında kurulmuştur. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde toplam 32000 öğrenci eğitim görmektedir. Üniversiteye yönelik ulaştırma hizmetleri, minibüs, belediye otobüsü, özel halk otobüsü ve taksi olmak üzere dört türlü araç ile gerçekleştirilmektedir.

Araştırma anket yönetimine müstenittir. Araştırma için lazım olan veriler, yüz yüze anket şekli ile toplanmıştır. Yüz yüze anket yöntem şekli, yanıtlama oranının yüksek olması ve deneklerin nitelik değerlendirmelerine yönelik algı ve yargılarını saptayabilmek amacıyla, gözlem yoluyla da veri toplama gibi avantajlarından nedeniyle tercih edilmiştir (Varinli ve arkadaşları 2001: 3). Bilgilerin toplanmasında ana kütlenin bütünü incelemek, maliye ve zaman yönünden olumsuzluklar doğurduğundan dolayı örnekleme yoluna başvurulmuştur. Ana kütle, Van Yüzüncü Yıl üniversitesinde eğitim gören öğrencileridir. Araştırmada bilgi ve verilerin toplanması nedeniyle geliştirilen anket, demografik özellikler ve SERVQUAL modelinde yer alan 44 soru olmak üzere iki kısımdan oluşturulmaktadır. Anket soruları, SERVQUAL modelinin orijinal soruları ile daha sonra ulaşım sektöründe kullanılmış anketlerden yararlanarak hazırlanmıştır. Ölçeği oluşturan soruların cevapları ise; 5-Kesinlikle Katılıyorum, 4-Katılıyorum, 3-Kararsızım, 2-Katılmıyorum ve 1-Kesinlikle Katılmıyorum şeklindedir.

4.3. Bulgular

Anket sonuçlarının cinsiyet, yaş, statü, aylık ortalama geliri, en çok kullandıkları araç ve ulaşım aracı tercihinde öncelik tercih sebebine göre dağılımı Tablo 1'de takdim edilmiştir:

Tablo 1: Frekans Tablosu

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Kadın	407	52,0
Erkek	376	48,0
<i>Statü</i>	Frekans	Yüzde
Personel	15	1,9
Öğrenci	756	96,6
Misafir	12	1,5
<i>Tercih edilen araç</i>	Frekans	Yüzde
Belediye otobüsü	203	25,9
Özel halk otobüsü	169	21,6
Minibüs	396	50,6

Taksi	15	1,9
<i>Tercih sebebi</i>	Frekans	Yüzde
Güzergâh	156	19,9
Ücret	176	22,5
Konfor	67	8,6
Ulaşım süresi	307	39,2
Sıklık	77	9,8
<i>Toplam</i>	783	100,0

Katılımcıların %52'si (407 kişi) kadın ve %48'i (376 kişi) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların statü durumuna göre dağılımı incelendiğinde; %1,9'u (15 kişi) üniversite personeli, %96,6'sı (756 kişi) öğrenci, %1,5'unun (12 kişi) misafir olduğu görülmektedir. Üniversite kampüsünde personele yönelik lojman sayısının yüksek olması, personele yönelik servis hizmetinin bulunması ve öğretim üyelerinin yoğun özel araç kullanım tercihi üniversite personelinin toplu taşıma araçlarını nadiren tercih etmesine neden olmaktadır. Katılımcıların en çok kullandıkları araçlara göre dağılımı incelendiğinde; %25,9'ının (203 kişi) belediye otobüslerini, %21,6'sının (169 kişi) özel halk otobüslerini, %50,6'sının (396 kişi) minibüsleri, %1,9'unun (15 kişi) ise taksileri seçtiği tespit edilmiştir. Katılımcıların ulaşım aracı tercihinde öncelik tercih sebebine göre dağılımı incelendiğinde; %19,9'u (156 kişi) güzergâhtan dolayı, %22,5'i (176 kişi) ücretten dolayı, %8,6'sı (67 kişi) konforundan dolayı, 39,2'si (307 kişi) ulaşım süresinden dolayı, %9,8'si (77 kişi) ise hareket sıklığından dolayı araçları tercih ettikleri belirtmiştir.

Tablo 2: Güvenirlilik Analizi

Cronbach's Alpha = 0.962
N=783

Van Yüzüncü Yıl üniversitesinin kampüs içi taşıma sistemine yönelik algıları ölçmek için sorulan 44 soruya yönelik uygulanan güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha değeri 0,962 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirliği yüksektir. 44 değerlendirme sorusuna ilişkin değerlendirmelerin herhangi birinin modelden çıkarılması Cronbach's Alpha değerini artırmamaktadır. Ölçeğin güvenilirliğini azaltan bir soru yoktur.

4.3.1. Ulaştırma Hizmetlerinin Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi**Tablo 3:** Ulaştırma hizmetlerinin cinsiyete göre değerlendirilmesi

	Cinsiyet	Ortalama	Standart Sapma	P
Güvenirlilik	Kadın	2.2806	0.92080	0.002
	Erkek	2.0702	0.98931	
Heveslilik	Kadın	2.3763	0.84085	0.00
	Erkek	2.0971	0.89779	
Yeterlilik	Kadın	2.0683	0.92768	0.061
	Erkek	1.9435	0.92878	
Nezaket	Kadın	2.1417	0.82466	0.033
	Erkek	2.0111	0.87827	
Empati	Kadın	2.1138	0.95914	0.002
	Erkek	1.9043	0.96440	
Ambiyans	Kadın	2.3030	0.92110	0.439
	Erkek	1.2487	1.03069	
Bilgilendirme	Kadın	2.4066	0.94696	0.005
	Erkek	2.2088	0.99329	
Fiyat	Kadın	2.5946	1.10597	0.012
	Erkek	2.3830	1.23056	
Durak	Kadın	1.9472	0.86155	0.000
	Erkek	1.7213	0.84533	
Memnuniyet	Kadın	2.0410	0.96232	0.455
	Erkek	1.9885	0.99934	

Tablo incelendiğinde güvenirlilik, heveslilik, nezaket, empati, bilgilendirme fiyat ve memnuniyete yönelik olarak yapılan değerlendirmelerin cinsiyete göre farklılık arz ettiği ve bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Belirtilen tüm boyutlar için kadınlar erkeklere göre daha olumlu değerlendirmeler yapmıştır.

Tablo 4: Ki-Kare analizi: Cinsiyete göre araç tercihi

	değer	df	p
Pearson Chi-Square	18,910	3	,000

	Belediye otobüsü	Özel halk otobüsü	Minibüs	Taksi	Toplam	%
Kadın Gözlenen	123	100	179	5	407	52,0
Beklenen değer	105,5	87,8	205,8	7,8		
Erkek Gözlenen	80	69	217	10	376	48,0
Beklenen değer	97,5	81,2	190,2	7,2		
Toplam	203	169	396	15	783	100
%	25,9	21,6	50,6	1,9		

Analiz sonuçları incelendiğinde ulaşım aracı tercihlerinin cinsiyete göre farklılık arz ettiği ve bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Kadınların ulaşım aracı tercihlerinde belediye otobüsü ve özel halk otobüsüne ilişkin gerçekleşen değerler beklenen değerlerden daha yüksek iken, erkeklerde minibüs tercihinin gerçekleşen değer beklenen değerden daha yüksektir. Kadınlar daha çok otobüsleri, erkekler is minibüsleri tercih etmektedir.

Tablo 5: Ki-Kare analizi: Ulaşım aracı tercihinde cinsiyete göre öncelikli tercih sebebi

	Değer	df	p
Pearson Chi-Square	1,335	4	,855

	Güzergah	Ücret	Konfor	Ulaşım	Sıklık	Toplam	%
Kadın Gözlenen	84	92	31	158	42	407	52,0
Beklenen değer	81,1	91,5	34,8	159,6	40,0		
Erkek Gözlenen	72	84	36	149	35	376	48,0
Beklenen değer	74,9	84,5	32,2	147,4	37,0		
Toplam	156	176	67	307	77	783	
%	19,9	22,5	8,6	39,2	9,8		100,0

Tablo incelendiğinde toplu ulaşım aracı tercih sebeplerinin cinsiyete göre farklılık arz etmediği görülmektedir ($p > 0.05$).

4.3.2. Ulaşım Araçlarının Hizmet Kalitesi Boyutlarına Göre Değerlendirilmesi

Tablo 6: Varyans analizi: Ulaşım araçlarının hizmet kalitesi boyutlarına göre değerlendirilmesi

	N	Ortalama	Std. Sap.	p		Ortalama	Std.	p	
Fiziksel Özellikler	Belediye	203	2,5350	1,02470	,000	Empati	2,3251	,94866	,000
	Özel halk	169	2,0154	,92788			2,1124	,92819	
	Minibüs	396	2,0616	,881			1,9564	,86921	
	Taksi	15	2,3333	1,20159			2,1167	,99043	
	Total	783	2,1796	,95948			2,0888	,91666	
Güvenilirlik	Belediye	203	2,5517	,87404	,000	Ambiyans	2,3781	1,0032	,238
	Özel halk	169	2,2239	,89864			2,3092	,96796	
	Minibüs	396	2,0909	,83431			2,2101	,95993	
	Taksi	15	2,2556	,88834			2,3000	1,0273	
	Total	783	2,2422	,87926			2,2769	,97508	
Heveslilik	Belediye	203	2,2118	1,00097	,004	Bilgilendirme	2,4815	1,0220	,012
	Özel halk	169	1,9408	,91867			2,3491	,97063	
	Minibüs	395	1,9316	,88078			2,2165	,94500	
	Taksi	15	2,0333	,99043			2,1000	,81723	
	Total	782	2,0083	,92971			2,3116	,97390	
Yeterlilik	Belediye	203	2,3456	,92230	,000	Fiyat	2,7340	1,1282	,008
	Özel halk	169	2,0089	,81330			2,4201	1,2809	
	Minibüs	396	1,9693	,79350			2,4003	1,1288	
	Taksi	15	2,1556	1,09918			2,5000	1,2247	
	Total	783	2,0790	,85278			2,4930	1,1714	
Nezaket	Belediye	203	2,2989	1,03536	,000	Durak	1,9446	,85253	,090
	Özel halk	169	2,0020	,93894			1,8861	,88513	
	Minibüs	396	1,8754	,90889			1,7652	,85130	
	Taksi	15	1,9111	1,05760			1,8167	,83702	
	Total	783	2,0132	,96675			1,8389	,86070	
Memnuniyet	Belediye	203	2,2250	1,07644	,005				
	Özel halk	169	1,9428	,92726					
	Minibüs	396	1,9369	,93604					
	Taksi	15	2,0889	1,00370					
	Total	783	2,0158	,98000					

Tablo incelendiğinde ulaştırma hizmet kalitesi fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, nezaket empati bilgilendirme ve fiyat boyutları açısından ulaşım araçlarına ilişkin

değerlendirmeler arasında farklılıklar olduğu ve bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir. Memnuniyet düzeyi açısından da ulaşım araçları arasında anlamlı farklılıklar vardır. ($p < 0,05$). Belirtilen tüm boyutlarda en yüksek değerlendirme belediye otobüsleri için yapılmıştır. Güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, empati, fiyat ve memnuniyet açısından belediye otobüslerinden sonra sırasıyla taksi, özel halk otobüsü ve minibüsler gelmektedir. Fiziksel özelliklerde en düşük değerlendirme özel halk otobüsleri için yapılmışken, bilgilendirme boyutunda en düşük değerlendirme taksiler için yapılmıştır. Duraklar ve ambiyans açısından ulaşım araçları değerlendirmeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

4.3.3. Ulaşım Hizmet Kalitesinin Farklı Statüdeki Kişilere Göre Değerlendirilmesi

Tablo 7: Varyans analizi: Ulaşım araçlarının hizmet kalitesi boyutlarına göre değerlendirilmesi

	N	Ortalama	Std. Sap.	p		Ortalama	Std. Sap.	p	
Fiziksel Özellikler	Personel	15	2,3600	,98619	,571	Empati	2,4167	1,41000	,358
	Öğrenci	756	2,1794	,96063			2,0837	,90658	
	Misafir	12	1,9667	,88146			2,0000	,79772	
	Total	783	2,1796	,95948			2,0888	,91666	
Güvenilirlik	Personel	15	2,2444	,81374	1,000	Ambiyans	2,5333	1,04739	,493
	Öğrenci	756	2,2423	,88044			2,2745	,97612	
	Misafir	12	2,2361	,95468			2,1042	,82199	
	Total	783	2,2422	,87926			2,2769	,97508	
Heveslilik	Personel	15	2,3667	,93478	,297	Bilgilendirme	2,4500	,98289	743
	Öğrenci	755	2,0030	,92914			2,3065	,97103	
	Misafir	12	1,8958	,94423			2,4583	1,19579	
	Total	782	2,0083	,92971			2,3116	,97390	
Yeterlilik	Personel	15	2,5778	,98373	,051	Fiyat	2,1000	1,29835	,410
	Öğrenci	756	2,0725	,84918			2,5020	1,17267	
	Misafir	12	1,8611	,76156			2,4167	,90034	
	Total	783	2,0790	,85278			2,4930	1,17149	

Nezakət	Personel	15	2,2667	1,09254	,560	Durak	2,0333	,92034	,675
	Öğrenci	756	2,0097	,96345			1,8348	,85791	
	Misafir	12	1,9167	1,05529			1,8542	1,00825	
	Total	783	2,0132	,96675			1,8389	,86070	
Memnuniyet	Personel	15	2,2222	1,04401	,712				
	Öğrenci	756	2,0115	,97829					
	Misafir	12	2,0278	1,06798					
	Total	783	2,0158	,98000					

Gerek kalite boyutları açısından gerekse memnuniyet düzeyi açısından üniversitedeki farklı statüdeki kişilerin değerlendirmeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0.05$).

4.3.4. Ulaşım Aracı Tercihinin Tercih Sebebine Göre Değerlendirilmesi

Tablo 8: Ki-Kare analizi: Ulaşım aracı tercihinin tercih sebebine göre değerlendirilmesi

		Değer	df	p						
Pearson Chi-Square		137,969 ^a	12	,000						
		Tercih Sebebi								
		Güzergah	Ücret	Konfor	Ulaşım süresi	Sıklık	Toplam			
Tercih edilen araç	Belediye otobüsü	Gözlenen	36	77	26	47	17	203	25,9	
		Beklenen değer	40,4	45,6	17,4	79,6	20,0			
	Özel halk otobüsü	Gözlenen	56	49	12	35	17	169	21,6	
		Beklenen değer	33,7	38,0	14,5	66,3	16,6			
	Minibüs	Gözlenen	62	49	24	220	41	396	50,6	
		Beklenen değer	78,9	89,0	33,9	155,3	38,9			
	Taksi	Gözlenen	2	1	5	5	2	15	1,9	
		Beklenen değer	3,0	3,4	1,3	5,9	1,5			
	Total	Miktar		156	176	67	307	77	783	100
		%		19,9	22,5	8,6	39,2	9,8		

Tablo incelendiğinde ulaştırma aracı tercihinin tercih sebebine göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Genel olarak belediye otobüsleri ücret, özel halk otobüsleri güzergâh, minibüsler ulaşım süresi taksiler ise konforu için tercih edilmektedir.

4.3.5. Memnuniyet Düzeyinin Kalite Boyutları İle İlişkisi

Tablo 9: Korelasyon analizi: Memnuniyet düzeyinin kalite boyutları ile ilişkisi

		Güvenilirlik	Heveslilik	Yeterlilik	Nezakət	Empati	Ambiyans	Bilgilendirme	Fiyat	Durak	Memnuniyet
Güvenilirlik	Pearson Correlation	1	,676	,689	,666	,690	,557	,589	,400	,530	,597
	P		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Heveslilik	Pearson Correlation	,676	1	,690	,701	,699	,527	,525	,322	,456	,605
	P	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Yeterlilik	Pearson Correlation	,689	,690	1	,682	,709	,603	,590	,381	,525	,653
	P	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Nezakət	Pearson Correlation	,666	,701	,682	1	,722	,577	,531	,338	,452	,623
	P	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
Empati	Pearson Correlation	,690	,699	,709	,722	1	,623	,638	,386	,504	,666
	P	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
Ambiyans	Pearson Correlation	,557	,527	,603	,577	,623	1	,616	,400	,525	,576
	P	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
Bilgilendirme	Pearson Correlation	,589	,525	,590	,531	,638	,616	1	,435	,545	,617
	P	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
Fiyat	Pearson Correlation	,400	,322	,381	,338	,386	,400	,435	1	,450	,420
	P	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
Durak	Pearson Correlation	,530	,456	,525	,452	,504	,525	,545	,450	1	,509
	P	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
Memnuniyet	Pearson Correlation	,597	,605	,653	,623	,666	,576	,617	,420	,509	1
	P	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

Korelasyon tablosu incelendiğinde tüm ulaştırma hizmet kalite boyutlarının kendileri arasında ve memnuniyet ile aralarında anlamlı pozitif ilişkileri görülmektedir ($p<0.05$). Memnuniyet düzeyinin kalite boyutları ile ilişki düzeyleri incelendiğinde en yüksek ilişki düzeyine sahip boyutlar empati ve yeterlilik olurken en düşük ilişki ise ücret olmuştur.

Sonuç

Artan refah düzeyi ile birlikte insanların hizmet kalitesine yönelik beklentileri de artmaktadır. İnsanların en sık faydalandığı hizmetlerden biri ulaştırma hizmetleri olup, bu hizmeti sunan farklı alternatifler vardır. Bu çalışmanın amacı Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi yerleşkesine yönelik ulaşım hizmetlerinin kalitesini değerlendirmektir. Yapılan literatür araştırması sonucunda Servqual ölçeği ve ulaştırma hizmet kalitesine yönelik çalışmalarda dikkate alınarak fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, nezaket empati, ambiyans, bilgilendirme, fiyat ve durak olmak üzere on kalite boyutu belirlenmiştir. Beşli likert ölçeğine uygun olarak, 10 kalite boyutuna yönelik 42, ve memnuniyet düzeyini ölçen 2 sorudan oluşan 44 soruluk bir anket uygulaması yapılmıştır. Üniversiteye yönelik ulaşım hizmetlerinden faydalanan 783 katılımcı ile yapılan anket uygulamasının güvenilirliği yüksek olup, güvenilirliği olumsuz etkileyen soru olmadığı için tüm sorular değerlendirmeye alınmıştır.

Yapılan analizler sonucunda güvenilirlik, heveslilik, nezaket, empati, bilgilendirme fiyat ve memnuniyete açısından kadınların erkeklere göre daha olumlu değerlendirmeler yaptığı görülmüştür. Kadınların ulaşım aracı tercihlerinde belediye otobüsü ve özel halk otobüsüne ilişkin gerçekleşen değerler beklenen değerlerden daha yüksek iken, erkeklerde minibüs tercihine ilişkin gerçekleşen değer beklenen değerden daha yüksektir. Kadınlar daha çok otobüsleri, erkekler ise minibüsleri tercih etmektedir.

Ulaşım araçlarına yönelik analizlerde fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, nezaket, empati bilgilendirme ve fiyat boyutları açısından en yüksek değerlendirmelerin belediye otobüsleri için yapıldığı görülmüştür. Güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, empati, fiyat ve memnuniyet açısından belediye otobüslerinden sonra sırasıyla taksi, özel halk otobüsü ve minibüsler gelmektedir. Fiziksel özelliklerde en düşük değerlendirme özel halk otobüsleri için yapılmışken, bilgilendirme boyutunda en düşük değerlendirme taksiler için yapılmıştır. Duraklar ve ambiyans açısından ulaşım araçları değerlendirmeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Analiz sonuçları ulaştırma aracı tercihinin tercih sebebine göre farklılık gösterdiğini, genel olarak belediye otobüslerinin ücret, özel halk otobüslerinin güzergâh, minibüslerin ulaşım süresi, taksilerin ise konforu için tercih edildiğini göstermiştir.

Yapılan korelasyon analizinde tüm ulaştırma hizmet kalite boyutlarının kendileri arasında ve memnuniyet ile aralarında anlamlı pozitif ilişkiler bulunmuştur. Memnuniyet düzeyinin kalite boyutları ile ilişki düzeyleri incelendiğinde en yüksek ilişkiye sahip boyutlar empati ve yeterlilik iken, en düşük ilişkili boyut ise ücrettir.

Kaynakça

- ABBASGİL, Elif. (1994), *İstanbul'daki Toplu Taşımacılık Kapsamında Raylı Sistemlerin Değerlendirmesi (Esenler- Aksaray Hızlı Tramvay Örneği)*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- AFFUSO, Luisa. MASSON, Julien ve Newbery, David. (2003), Comparing Investments in New Transport Infrastructure: Roads Versus Railways? , *Fiscal Studies*, Volume 24, Issue 3, p. 275-315.
- AKAN, Y. MUHSİN, E. ve OKTAY, E. (2007), Atatürk Üniversitesi Öğrencilerinin Şehirlerarası Ulaşım Talebine Etki Eden Faktörlerin Tespiti, http://www.researchgate.net/publication/237248693_ATATRK_NVERSTES_RENCLERNN_EHRLERARASI_ULAIM_TALEBNE_ETK_EDEN_FAKTRLERN_TESPT, adresinden 14 Haziran 2018 tarihinde alınmıştır.
- ALTAN, Mikail ve ENGİN, Orhan. (2004), Bir Seyahat İşletmesinde Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 11, s. 585-598.
- ALTAN, Şenol ve ATAN Murat. (2004), Bankacılık Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü, *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, s. 17-32.
- ARDIÇ, Kadir ve SADAKLIOĞLU, Hümeysra. (2009), Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Tokat Örneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 23, Sayı 3, s. 167-190.
- ASLAN, Alper. KOZAK, Metin. ve TÜTÜNCÜ, Özkan. (2006), Seyahat Acenteleri Yöneticilerinin Kalite Algılamaları: Ege Bölgesinde Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 8, Sayı 3, s. 350- 370.
- ASUBONTENG, Patrick. McCLEARY, Kral J. ve SWAN, Johan E. (1996), Servqual Revisited: a Critical Review Of Service Quality,

- The Journal Of Services Marketing*, Volume 10, Issue 6, 1996, p. 62–81.
- AKBABA, Atilla. (2006), Turizm İşletmelerinin Kalite Geliştirme Çabalarında Servqual Modeli Ve Kalite Fonksiyon Göçeriminin (KFG) Birlikte Kullanımı, *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Cilt 3, Sayı1, s. 17–28.
- ATABERK, Emre. (2007), *Tur Operatörlerinin Paket Tur Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkileri Belirleyen Faktörler: İzmir İli Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- BABAKUS, Emin. and INHOFE, Molly. (1993), *Measuring Perceived Service Quality as a Multi-Attribute Attitude, Developments in Marketing Science: Proceedings of the 1993 Academy of Marketing Science Annual Conference*, Springer, Cham.
- BOOTH, R. C. KRAMER J. H. T. ve SWART, Barbara. (2003), Transport Demand Management New Style, *Paper ECOMM, Karlstad*, p. 1-8.
- CRONIN, J. Joseph and TAYLOR. Steven.A. (1994), Servperf Versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions Minus-Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, p. 125-131.
- CUNNINGHAM, Lawrence. YOUNG, Clifford and LEE, Moonkyu. (2000), Methodological Triangulation in Measuring Transportation Service Quality, *Transportation Journal*, Volume 40, p. 35-47.
- ÇATI, Kahraman. (2003), Ulaşım Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi Ve Bir Uygulama, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 27, Sayı 1, s. 121–134.
- ÇATI, Kahraman. ve Yıldız, Selami. (2005), Şehirlerarası Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Uygulama, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 23, Sayı 2, s. 121–144.
- ÇAVDAR, Ertuğrul. GÜRBÜZKOL, Refika. (2016), Özel Güvenlik Hizmetlerinde Kalite: Van Yyu Uygulaması. *Sosyal Bilimler Dergisi ICEBSS Özel Sayısı*. s 74-90.
- ÇAVDAR, Ertuğrul. KIPÇAK, Emrullah. ÖNAL, Erhan. (2017), Hizmet Kalitesinde Yeni Bir Boyut: Bilgilendirme. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. s. 137-155.
- DEVEBAKAN, Nevzat. ve AKSARAYLI Mehmet. (2003), Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde

- SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, s. 38-54.
- DISNEY, Johan. (1998), “Competing Through Quality in Transport Service”, *Managing Service Quality*, Volume 8, Issue 2, p. 112–118.
- DOĞAN, Özlem. İpekçil . (2000), Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi, (Yayınlanmış Doktora Tezi), *D.E.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, s. 5-27.
- DOĞAN, Özlem. İpekçil. (2000), Kalite Uygulamalarının işletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt2, Sayı 1, s. 146-149.
- DUMAN, Teoman. AYDUĞAN, Pınar ve KOÇAK, Göknül. Nur. (2007), Karayolu Yolcu Taşımacılığı Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi, Hizmet Değeri, Müşteri Memnuniyeti Ve Müşteri Sadakati İlişkileri, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı: 1.
- FRİMAN Margareta. ve EDVARDSSON Bo, (2003), A Content Analysis of Complains and Compliments, *Managing Service Quality, An International Journal*, ,Volume 13, Issue 1, p.20-26.
- ESİN, Alp. (2002), *ISO 9001:2000 Işığında Hizmette Toplam Kalite*, Birinci Baskı, ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve iletişim A.S. METU-Pres, Ankara.
- GRÖNROOS, Christian. (1984), A Service Quality Model and Its Marketing Implimentations, *European Journal of Marketing*, Volume 18, Issue 4. p. 36-44.
- GRZİNİC, Jasmina. (2007), Concepts Of Service Quality Measurement in Hotel Industry, *Economic Thought and Practice*, Issue 1, p. 81-98.
- GÜMÜŞ, Sever. ve TÜTÜNCÜ, Mert. (2012), *Hizmet, Hizmet Pazarlaması, Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi ve Pazarlama Stratejisi*, Hiperlink Yayıncılık, İstanbul.
- GÜMÜŞOĞLU, Şevkinaz. PINAR, İge. AKAN, Perran ve AKBABA, Atilla. (2007), *Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- GÜRBÜZ, Ahmet. (2000), Türkiye’deki Otel İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 11, Sayı 2, s.45-56.
- GÜRBÜZ, Ahmet. (2003), Safranbolu’ya Gelen Yerli Turistlerin Tatmin Olma Düzeyini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, s.1– 21.

- GÜZEL, Neriman. Gonca. (2006), *Yüksek Öğretim 'de Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KARAHAN, Kasım. (2006), *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- KOÇBEK, Ayşe. Defne. (2005), *Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- KAYA, Alparslan. ÇELİK, Osman. Nuri. AĞIRDİR, M. Levent. (2005), Selçuk Üniversitesi Alaaddin Keykubat Kampüs İçi Hafif Raylı Ulaşım Sistemi'nin Mevcut Duruma Katkıları, *Antalya Yöresinin İnşaat Sorunları Kongresi*, s. 453-462.
- KESKİN, Gülümser. (1998), Yaşam Kalitesinde Hizmet Kalitesinin Önemi (Belediye Toplu Taşımacılık Hizmetleri Üzerine Bir Uygulama), *Pazarlama Dünyası*, Yıl 12, Sayı 67, s. 18-22.
- KESKİN, Gülümser. ABDULLAH Karaman. (2002), Toplu Taşıma Hizmetlerinde Çalışanların İş Tatmini, *Pazarlama Dünyası*, Yıl 16, Sayı 1, s. 12-19.
- Keskin, Dilara. (2007), Üniversite Öğrencilerinin Ulaşım Tercihleri Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 28, s. 65-86.
- KOÇOĞLU Cenk. Murat. (2009), *Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- KOÇOĞLU, Cenk. Murat ve AKSOY, Ramazan. (2012), Hizmet Kalitesinin Servis Yöntemi İle Ölçülmesi: Otobüs İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama, *Akademik Bakış dergisi*. Sayı 29, s.120.
- MAY, Graham H. (2005), Transport in Europe: Where Are We Going? *Emerald Group Publishing Limited*, Vol 7, Issue 6, p. 24-38.
- MERİÇ, Murat. (2005), *Lojistik Hizmet Kalitesinin Tüketiciler Tarafından Algılanması Ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- NIJKAMP, Peter. REGGIANI. Aura and TSANG, Wai. Fai. (1999), Comparative Modelling of Interregional Transport Flows: Applications to Multimodal European Freight Transport, *Research Memorandum*, Issue 2, p. 1-21.
- Okumuş, Abdullah. ASIL, Hilal. (2007), Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre

- Beklentilerinin İncelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 13, Sayı 1, s. 152-175.
- PARASURAMAN, A. Parsu. BERRY, Leonard. L. ZEİTHAML, Valarie. A. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implementation for Future Research, *Journal of Marketing*, Volume 49, Issue 4, p.41 – 50.
- PARASURAMAN, A. Parsu. BERRY, Leonard. L. And ZEİTHAML. Valaria A. (1991), Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, Volume 67, Issue 4, p. 420-450.
- PEREZ, Manuel. Sanchez. ABAD, Juan. Carlos. Gazquez. CARRILLO, Gema. Maria. Mmarin. and FERNANDEZ Raquel. Sanchez. (2007), Effects Of Service Quality Dimensions on Behavioural Purchase Intentions -A Study in Public-Sector Transport, *Managing Service Quality*, Volume 17, Issue 2, p. 134-15.
- TAN, Ahmet ve FAZİLET, Bektaş. (2002), Otobüs Firmaları İyi Hizmet Pazarlayabiliyorlar mı?, *Pazarlama Dünyası*, Cilt 16, Sayı 3, s. 24-27.
- TEKİN, Rukiye ve KILIÇ, Metin. (2014), Kampüs İçi Ulaşımında Alternatif Seçimler: Karabük Üniversitesi Örneği. *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, Cilt 2, Sayı 3, s. 262-285.
- KILIÇ, Metin ve TEKİN, Rukiye. (2016), Kampüs içi Ulaşımında Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemiyle Alternatiflerin Seçimi: Karabük Üniversitesi Örneği. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. Cilt 11, Sayı 1, s. 229-151.
- VARİNLİ, İnci. İLKAY, Mehmet, Sıtkı ve ERDEM, Orhan. (2001), Erciyes Üniversitesi Gevher Nesibe Hastanesinde Yatan Hastaların Tatmin Düzeylerinin Ölçümüne Yönelik Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Yayın No: 66, Kayseri*.
- YAPRAKLI, Şükrü. ÜNALAN, Musa. (2016), Karayolu Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Ve Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Bir Uygulama. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 115-130.
- YUMUŞAK, Naci. Utku. (2006), *Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret Ve Sanayi Odası Uygulaması*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ZENGİN, Eyüp. ERDAL, Ayhan. (2000), Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi. *Journal of Qafqaz University*, Volume3, Issue 1, p. 43-56.