



TÜRKİYE’DE ULAŞTIRMA ARACI SEÇİMİNDE ETKİLİ OLAN ETKENLER VE DEMİRYOLLARININ REKABET EDEBİLİRLİĞİ*

The Effective Factors on Election of Transportation Mode in Turkey and Railways Compatibility

Yrd.Doç.Dr. R. Pars ŞAHBAZ

G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi
Gölbaşı, 06380, Ankara
pars@gazi.edu.tr

Yrd.Doç.Dr. Sedat YÜKSEL

G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi
Gölbaşı, 06380, Ankara
sedatyuksel@gmail.com

ÖZ

Bu çalışma, tüketicilerin seyahat davranışlarıyla veya daha spesifik olarak ulaştırma modeli/aracı seçimini etkileyen değişkenlerle ilgili geniş ölçekli araştırmalarda kullanılacak etkenlerin belirlenebilmesi amacıyla yapılmıştır. Söz konusu etkenlerin çapraz bir şekilde sınanması için, Türkiye’de kullanılan dört tip ulaştırma aracı da değerlendirmeye dahil edilmiştir. Turizm ve Seyahat İşletmeciliği alanındaki 33 akademisyenin panelist olarak katıldığı iki turlu bir Delfi Sorgulama Paneli düzenlenmiştir. Sorgulamada kullanılan, on dört etkenin tamamı, daha geniş ölçekli bir araştırmada kullanılacak düzeyde tutarlı sonuçlar vermiştir. Trenler güvenlik, ekonomiklik, sosyallik ve çevreyle dost olma etkenlerinde diğer ulaştırma araçlarına göre en iyi durumdadırlar. Dakiklik, konfor, coğrafya ve altyapı, hizmet, erişilebilirlik, hız, mesafe, esneklik ve prestij gibi etkenlerde ise en zayıf durumdadır. Çalışmanın sonunda sonuçlardan yola çıkılarak demiryolları için bir pazarlama stratejileri çerçevesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ulaştırma, ulaştırma modeli, demiryolu, seyahat davranışı

Abstracts

In this study, it is aimed to determine factors which could be used in further research on choosing transportation mode or traveller behaviours. To exam crosstab, four transport mode which are used in Turkey, are included to Inquiry. A two round Delphi Inquiry Panel had been organized with 33 faculties on Travel and Tourism Management. At the end of the analysis, it was considered that, all 14 factors which exam in Inquiry, can be used in further research. In Turkey, trains were the best for security and safety, cheapness, eco-friendly in all transport modes. However, they were most poorly in some factors like punctuality, comfort, speed, long distance, flexibility and prestige. There is a proposal framework of marketing strategies for Turkish Railways from results at the end of the study.

Keywords: Transportation, transport modes, railway, traveler behavior

* Bu çalışma, 13-15 Aralık 2006 tarihleri arasında Ankara’da düzenlenen “IRS2006 Uluslararası Demiryolu Sempozyumunda” sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

1. GİRİŞ

Ulaştırma sisteminin elemanları, teknolojik gelişmelere ve hedef pazarın isteklerine uyum sağlamak zorundadırlar. Bu hususlarda, diğerlerine üstünlük sağlayan ulaştırma modeli/modelleri seyahat edenler tarafından daha fazla tercih edilmektedir.

Çalışma kapsamında, Türkiye’de seyahat edenlerin ulaştırma modeli tercihinde belirleyici olan ve işletmeciler için strateji geliştirmeye yarayabilecek faktörler, demiryolu ulaştırmasına olan talebi olumlu yönde etkileyecek unsurlar analiz edildikten sonra, konuyla ilgili olarak gerçekleştirilen araştırma hakkında bilgi verilmiştir.

2. DEMİRYOLU ULAŞTIRMASINA GENEL BAKIŞ

Demiryolu ile yolcu taşımacılığı Avrupa orijinli olduğu için gelişmelerde de öncünün Avrupa Ülkeleri olduğu görülmektedir. Avrupa’da demiryollarının üstünlüklerini görebilen ve fırsatları değerlendirebilen ülkelerde demiryolu ulaştırması değerli bir pazar haline gelmiştir. Bu desteğin sonuçları olarak Fransa’da, yolcu taşımacılığı gerçekleştiren, yüksek hızlı, üst düzey hizmet sunulan, şehir merkezlerine kadar ulaşabilen kısa adı TGV, İtalya’da Pendolis, İspanya’da “AVE” (Alta Velocidad Espagnolas), Belçika, Fransa ve Hollanda ile beraber “Thalys”, İsveç’te “X2000” hızlı trenleri ile yolcu taşımacılığı hizmeti gerçekleştirmektedir.

Trenler konforlarındaki artışın yanı sıra, otomobilleri ve diğer bazı motorlu araçları da taşıyabildikleri için, daha da önem kazanmışlardır. Bugün A.B.D de trenler, insanların seyahatlerinde en çok tercih ettikleri ulaştırma modellerinden birisi konumuna gelmiştir. Uzak doğu ülkelerinden özellikle Japonya, hızlı, güvenli ve konforlu demiryolu ulaştırma hizmetleri açısından ön plana çıkmıştır [Cook vd., 2002:102].

Türk demiryolları 1923- 1950 yılları arasında altın çağını yaşamıştır. Bu yıllar arasında tüm olumsuz koşullara rağmen demiryolu yapım ve işletilmesi ulusal güçle başarılmıştır. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra demiryolu taşımacılığına gereken önem verilmiş ancak bu ilgi uzun sürmemiş ve bu gün gelinen noktada rahatlıkla gözlemlenebildiği gibi modern demiryolu ulaştırmasının oldukça gerisinde kalmıştır. Bu durum seyahat edenlerin tercihlerine de yansımış ve sonuç olarak yolcu ulaştırmasında demiryollarının payı oldukça düşük kalmıştır [Şahbaz,2004:201]. Bu duruma ilişkin rakamları Tablo 1’de görmek mümkündür.

Tablo 1: Türkiye’de Ulaştırma Sistemlerine Göre Yolcu Taşımaları (%)

Yıl	Karayolu	Demiryolu	Denizyolu	Havayolu
1993	96	2,7	0,03	1,1
1994	96	2,7	0,03	1,5
1995	96	2,3	0,04	1,6
1996	96	2,0	0,04	1,7
1997	96	2,2	0,03	1,8
1998	96	2,3	0,03	1,9
1999	96	2,3	0,02	1,8
2000	96	2,2	0,02	1,8
2001	96	2,4	0,02	1,6
2002	96	2,3	0,01	1,6
2003	96	2,7	0,01	1,6

Kaynak: T.C. Devlet Demiryolları İstatistik Yıllığı 2000-2004, TCDD APK Dairesi Başkanlığı, ISSN 1300-2503

Türkiye’de, Cumhuriyetin kuruluş yıllarındaki güçlü ve kararlı bir başlangıca, bütün iyi niyete karşın, demiryolu ulaştırmacılığında, büyük olasılıkla finansman kaynaklarının yaratılamaması, bilimsellik ve plancılığın yeterince önemsenmemesi gibi sebeplerden ötürü zaman içinde amaçlanan gelişme sağlanamamıştır [TÜBİTAK, 2003]. Uluslararası uygulama ve tecrübeler göstermiştir ki; bugüne kadar hiçbir ülke gelişimini ulaştırma sektörüne ve bu sektörde de demiryollarına öncelik tanımadan gerçekleştirememiştir [Şahbaz, Yüksel 2005: 181].

3. ULAŞTIRMA ARACININ SEÇİMİNDEKİ ETKENLER ÜZERİNE BİR SORGULAMA

3.1. Sorgulamanın Amacı ve Önemi:

Türkiye’de son yıllarda, özel araç sayısındaki artış, yurt içi havayolu ulaştırmasındaki liberalizasyon, trafik kazalarında yaşanan can ve mal kaybı, yüksek petrol fiyatları gibi sebeplere bağlı olarak, insanların seyahat davranışlarında bazı değişimler yaşandığına ilişkin nesnel bazı gözlemler bulunmaktadır. Bu nesnellüğün yerini bilimsel çalışmalarla elde edilecek bulgulara bırakması gerekmektedir. İnsanların şehirlerarası seyahate çıkmadan önce ulaştırma aracı seçimine etki eden etkenler üzerinde yapılacak çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma, özellikle ileride yapılabilecek, tüketicilerin seyahat davranışlarıyla veya daha spesifik olarak ulaştırma modeli seçimini etkileyen faktörlerle ilgili geniş ölçekli araştırmalarda kullanılabilecek değişkenlerin belirlenebilmesi amacıyla yapılmıştır.

Bu sorgulamada cevabı aranan sorular şunlardır:

1. Türkiye’de insanlar herhangi bir sebeple seyahate çıkmadan önce, ulaştırma araçlarını seçerken hangi faktörleri dikkate almaktadırlar?
2. Bu faktörlerin göreceli önemleri nelerdir?
3. Türkiye’deki mevcut ulaştırma alternatiflerinin bu faktörlere göre tercih edilirliliği hangi düzeylerde dir?

3.2. Etkenlerin Demiryolu Ulaştırması Açısından Tanımlanması

Bir ulaştırma modelinin gelişmişlik düzeyi ve seyahat edenler tarafından tercih edilme oranı, bundan sonraki kısımlarda ayrıntılı bir şekilde incelenecek olan bazı etkenlere bağlıdır. Daha önceki çalışmalarda bu etkenler; fiyat, kişisel gelir, emniyet, hız, konfor, intizam, zamanında taşıma, büyük ölçüde taşıma, uzaklık ve coğrafi özellikler olarak sıralanmıştır [Gürdal 1987:87]. Yapılan kişisel değerlendirmeler sonucunda, bu hususlarda alternatiflerine üstünlük sağlayan ulaştırma modeli/modelleri seyahat edenler tarafından daha fazla tercih edilmekte ve pazar payı/payları artmaktadır.

3.2.1. Ulaştırma Aracının Hızı

Hız faktörü, son on yıla kadar demiryolu ulaştırmasının en zayıf olduğu yönlerin başında gelmekteydi. Bununla birlikte demiryolu ulaştırmasının önemini fark eden ve bu ulaştırma modelini geliştirmeye yönelik araştırma-geliştirme çalışmalarına ağırlık veren ülkelerde “hız” konusunda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

Fransa, İngiltere, İtalya, Japonya, Almanya, İsveç, Kore ve İspanya gibi ülkelerde insanlar demiryolu ile çok hızlı seyahat edebilmektedirler. Demiryolu ulaştırmasının daha hızlı olmasını sağlayacak çalışmalar da sürdürülmektedir [Cook vd., 2001: 104].

Maglev [magnetik levitation] teknolojisinin, mevcut elektrik gücünün yerini almasıyla, çok daha hızlı trenlerin devreye gireceği ve bu trenlerin, özellikle kısa mesafeli rotalarda karayolu ve havayolu ulaştırmasının yerini alabileceği ifade edilmektedir [Prideaux, 2001: 103].

3.2.2. Güvenlik

Ulaşımında sıfır ölüm oranının, yük taşımacılığında sıfır hasarın gerçekleştirilmesi asıl hedeftir. Günümüzde gelişmiş birçok ülkede demiryolları, sağladığı konfor ve güvenlik düzeyi nedeniyle tercih edilen, ilgi gören bir ulaştırma sistemi konumundadır. Modern işletmecilik anlayışı içinde Türk demiryolu ulaşımının da bu düzeye getirilmesinde herhangi bir engel söz konusu değildir [Barutçugil, 1986: 104].

Daha güvenli bir demiryolu ulaştırma hizmetinin verilebilmesi için aşağıdaki hususların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir;

- Makinistlerin ve trenlerde hizmet veren görevlilerin eğitimi.
- Güvenlik kontrollerinin sistemli olarak yapılması.
- Lokomotiflerin değiştirilmesi.
- Daha fazla yolcunun daha güvenli ve hızlı seyahatine imkân verecek teknik alt-yapının kurulması.
- Uluslararası standartlara uygun bakım-onarım prosedürlerinin uygulanması.

3.2.3. Vaktindelik (Dakiklik)

Son dakika değişiklikleri ve rötalar nedeniyle bekleme ve gecikmelerin olması müşterilerin zarara uğramasına neden olmaktadır. Müşterilerin güvenini kazanmanın yolu, özellikle vaktindelik konusunda gösterilecek hassasiyetle yakından ilgilidir [OOPEC, 2001].

Hizmetlerin taahhüt edilen zamanda verilmesi ve gecikme durumunda tazminat ödenmesi Avrupa Birliği genelinde gerçekleştirilmesi planlanan konular arasındadır. Bu uygulamalar konusunda demiryolları geride olmakla birlikte, rekabet edebilmek için hayata geçirilmesi gerekliliği tartışılmazdır [COM 2002].

Vaktindeliliği sağlayabilmek için belirli standartlarda alt-yapının bulunmasının gerektiği söylenebilir. Raylar, lokomotifler, vagonlar, personel, sinyalizasyon, terminaller (garlar) bu çerçevede değerlendirilmelidir. Doğal olarak vaktindelikte başarı elde edebilmenin yolu başta altyapı, hız ve teknik donanım olmak üzere, erişilebilirlik, nitelikli personel gibi diğer etkenlere bağlıdır.

3.2.4. Ekonomiklik

Seyahat edenlerin ulaştırma modeli ve buna bağlı olarak ulaştırma aracı seçimlerinde etken olan bir diğer temel faktör ekonomik olup olmadıklarıdır. Ekonomik olmayı belirleyen etkenlerden birisi de yakıt fiyatlarında meydana gelen değişikliklerdir. Yakıt fiyatlarının arttığı kriz dönemlerinde demiryolu ulaştırmasına olan talep artmaktadır, örneğin; özel arabaları ile seyahat edenlerin ve havayolu ulaştırmasını kullananların bir bölümü, yakıt fiyatlarında meydana gelen artış nedeni ile demiryollarına yönelmektedirler [Holloway, 1998: 127].

Demiryollarının alternatif ulaşım modellerine karşı rekabet avantajı sağlayabilmesi ve dolayısıyla pazarını büyütebilmesi için uygun fiyatın tespiti büyük önem taşımaktadır. Yapılan müşteri araştırmalarına göre, Avrupa'da demiryollarının rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkileyen unsurlardan birisi rekabetçi olmayan fiyatlardır [COM(2002)].

3.2.5. Konfor

Yataklı vagonların, yiyecek-içecek hizmetinin verildiği vagonların kullanılması, çeşitli eğlence araçlarının bulunması, rahat, ergonomik ve geniş koltuklar, geniş mekânlar, kısacası konfor standartlarında meydana gelen ilerlemeler, demiryolu ulaştırmasının diğer ulaştırma modellerine göre avantajlı olabileceği hususlardır. Televizyon, video, müzik, internet yayınları, gazete mecmua servisleri belli sınıflarda sunulmalıdır. Burada en büyük dezavantajı tekerleklerden gelen gürültü oluşturmaktadır.

3.2.6. Coğrafya ve Alt-Yapı Şartları

Bazı bölgelerde, belirli bir ulaştırma modelinin hizmet vermesine olanak sağlayan altyapı imkânlarının yetersizliği, örneğin havaalanının, raylı sistemin bulunmaması, ulaştırma modeli olarak karayolunun seçimini zorunlu kılabilir.

Coğrafya, ulaştırma modellerinin kurulmasını ve işletilmesini zorlaştırabilir. Coğrafi şartlar belirli bir ulaştırma modelinin kullanılmasını zorunlu kılabilir. Engebeli arazi yapısının olduğu bir bölgede demiryolu hatlarını inşa etmek güç hatta imkânsız olabilir. Denize kıyısı olmayan bir yere ulaşımın denizyolu ile gerçekleştirilmesinden söz edilemez.

3.2.7. Mesafe

Demiryolu ulaştırması yolcuların uzun mesafeli seyahatlerinde kullandıkları ilk ulaştırma türüdür. Zaman içinde havayolu ulaştırması sahip olduğu hız ile uzun mesafeli seyahatlerde, seyahat edenler açısından daha çekici konuma gelmiştir. Demiryollarının uzun mesafeli yolculuklarda tercih edilirliliğini artırabilmek için konfor, esneklik ve hizmet kalitesi başta olmak üzere erişilebilirlik ve sosyallik gibi etkenlerde daha güçlü olma yolunda çabalarda bulunması gerekmektedir.

Demiryolu ulaştırması teknolojik gelişmeler sonucunda bugün önemli bir hıza ulaşmıştır. Şehir merkezinde olan istasyonlara ulaşım süresi ve bagaj teslim ve biniş prosedürleri konusunda sahip oldukları avantajlar nedeni ile de kısa ve orta mesafelerde zaman zaman havayolu ulaştırması ile rekabet edebilmektedirler.

3.2.8. Erişilebilirlik

Demiryolu ulaştırma modelinde yolcular açısından doğru bilgi edinme hakkı önemlidir. Doğru bilgi edinme konusunda karşılaşılan problemler çok sık gündeme gelmektedir. Hem yolcular hem de seyahat acenteleri zaman tablolarında bilgi bulmakta güçlük çekebilmektedirler. Zaman tablolarının dışında tarifeli hizmetler, ücretler, gerçek

zaman seyahat bilgisi, engellilere yönelik hizmetlerin yetersizliği çözülmesi gereken problemlerdir. Bununla beraber, bazı demiryolu yüklenicileri başarılı bir şekilde online bilet sistemlerini geliştirmişlerdir, bunu çok dilli web siteleri sayesinde başarmışlardır ve evlere ücretsiz teslim hizmeti sunmaktadırlar [COM(2002)].

İptal, gecikme, bağlantı kopukluğu, koltuk rezervasyonları gibi konuların yanında; fiyatlar, biletler, zaman çizelgeleri ve hizmetler hakkında mümkün olduğu kadar, elektronik ortamda bilgiye erişilebilirliğin artırılması hedeflenmelidir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinden en üst düzeyde yararlanılmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Yolcu danışma hizmetleri daha nitelikli hale getirilmelidir. İstasyonlarda ve trenlerde engelliler açısından rahat hareket edebilme imkânı tatmin (memnun) edici değildir. Trenlerde bu imkân daha fazla sağlanmış olsa da, istasyonlarda çoğu zaman bulunmamaktadır. Özel ihtiyaçlı gruplar (yaşlılar ve çocuklar), bisikletle seyahat edenler için gerekli şartlar hazırlanmalıdır.

Erişilebilirlik açısından değerlendirilebilecek bir başka husus ise, terminale ulaşımır. Şehirlerin büyümesi, en hızlı ulaştırma modeli olan havayoluna hizmet veren havaalanlarının şehir merkezlerinden çok daha uzak yerlerde inşa edilmeleri, bu noktada demiryolu ulaştırmasına avantaj sağlamaktadır. Tren istasyonları büyük çoğunlukla şehir merkezlerinde bulunmaktadır ve bu konumlarıyla istasyonlardan kalabalık güzergâhlara daha hızlı ve kolay ulaşım imkânı sağlanmaktadır. Bu anlamda erişilebilirlik, seyahatin toplam süresini de etkilemekte ve bunun sonucu olarak; bazı şehirler arasında demiryolu ile ulaşım, havayolu ile ulaşımına yakın hatta belirli güzergâhlarda daha az zaman almaktadır.

3.2.9. Hizmetin Niteliği

Bütün ulaştırma modelleri üzerinde, fiyatlarını düşürmeleri ve daha kaliteli hizmet sunmalarına yönelik bir baskı söz konusudur. Bu durum, ulaştırma modellerini etkinliklerini artırmaya yönelik yeni metotlar, modern teknikler oluşturmaya ve uygulamaya zorlamaktadır; getiri yönetimi, topla ve dağıt sistemi, merkezi rezervasyon sistemleri gibi. Özenle üzerinde durulması gereken hususlardan birisi de, demiryollarında sunulan hizmet kalitesinin tatmin edici düzeyde gerçekleştirilmesidir[[Http://europa.eu.int/comm/transport/rail/interoperability/interope_en.htm](http://europa.eu.int/comm/transport/rail/interoperability/interope_en.htm), 29.07.2004].

Demiryolu ulaştırmasının ortalama performansı müşteri beklentilerini karşılamamaktadır. Birkaç başarılı örnek göstermektedir ki, uluslararası düzeyde daha iyi teşkilatlanma ile tarafların katılımı ve müşterilerle hizmet kalitesi üzerine gerçekleştirilecek

gerçekçi diyaloglarla, kaliteli hizmet ve demiryoluna çekici yeni bir hareket sağlamak mümkün görünmektedir [Şahbaz, Yüksel 2006: 64].

Demiryolu pazarının büyüebilmesi için aynı zamanda, müşteri odaklı hizmetlerin sunulması gerekmektedir. Hizmet kalitesinin düşük olması, demiryollarının yeterli kârlılığı gerçekleştirmelerine engel olmaktadır.

Nitelikli hizmet çerçevesinde, demiryolu teşebbüsleri ve otoritelerinin, müşterilerden gelebilecek şikayetleri değerlendirme prosedür ve süreleri yolcuları tatmin edici olmalıdır. Müşteri hizmetleri ile ilgili bir bilgi platformu kurmak ve geliştirmek için, düzenli müşteri tatmin araştırmaları gerçekleştirmek yararlı sonuçlar doğurabilir. Tüketici (yolcu) hakları geliştirilmeli ve korunmalıdır. Hizmet kalitesini artırmak için demiryolu işletmecileri tarafından bağlayıcı taahhütlerde bulunulmalıdır.

3.2.10. Esneklik

Esneklik, seyahat esnasında ulaştırma modelinin, yolcuya sağlayabildiği hareket serbestliğini açıklamaktadır. Özellikle seyahat mesafesi uzadıkça, yolcunun belli bir koltuğa bağlanıp kalması, seyahatin katlanılabilirliğini azaltmaktadır. Bu açıdan bakıldığında otobüsle yapılan kara ulaştırması diğerlerine göre daha zayıf bir durumdadır. Trenler temel ihtiyaçların karşılanması, yataklı vagonlar veya geniş koltuklarda daha fazla bir alanı kullanabilme, gezinme, dışarıyı seyretme ve hava alma imkânları ile otomobil dışındaki toplu taşıma araçları içinde daha iyi durumdadır. Bununla yetinmeyip daha ileri uygulamalar sunmak demiryolları için avantajları artırabilir.

3.2.11. Prestij

İnsanların bütün diğer tüketim davranışlarında olduğu gibi, seyahat davranışlarında da ussal olmayan bazı etkenler söz konusudur. Prestij veya imaj da bu kapsamda değerlendirilebilir. Gerek bireyin sosyo- ekonomik statüsü ve buna bağlı algılamaları, gerekse ulaştırma aracının kamuoyundaki imajı, ulaştırma aracı seçiminde etkili olabilmektedir. Demiryollarının imajla ilgili olarak doğrudan bazı tutundurma çabaları içinde olması, her zaman söz konusu iken, aynı zamanda sıralanan diğer etkenlerin her birinde sağlanacak gelişmelerin de demiryollarının imajı üzerinde olumlu etkisi olacağı söylenebilir.

3.2.12. Sosyallık

Demiryolu ulaştırması, seyahat esnasında yeni insanlarla tanışma imkânı sağladığı için "sosyal temas ve iletişim" açısından da avantaja sahiptir. Yeni insanlarla tanışma yanında

grup halinde seyahat edenler için de ortak ilgileri trenle seyahat etmek olan ve bu seyahatlerden büyük zevk alan (eski buharlı trenlerle gerçekleştirilen) gruplar vardır ve bunlar önemli bir talep oluşturabilmektedir. Bu gruplar, tren kulüpleri aracılığı ile bir araya gelmektedirler. Sadece İngiltere’de 250’den fazla bu tarz kulüp ve kırk özel hat işletilmektedir. Bu hatların bazıları, büyük ölçüde turistlere hizmet verirken, bazıları da yerel halka hizmet vermektedir [Holloway, 1998:132].

3.2.13. Çevresel Etki

Yolcu ve yük taşımacılığında ekonomi, hız, güvenlik ve konfor her ulaşım türünde aranması gereken özelliklerdir. Bunların yanı sıra çevreyi en az miktarda kirletmesi, ülkede mevcut bulunan enerji kaynaklarını kullanması ve bu sırada yolcu-km veya ton-km başına tükettiği enerjinin en düşük seviyede olması da önemli hususlardır.

Gelecek yıllarda demiryolu ulaştırmasının gelişmeye devam etmesinin ve kamuoyunun çevresel konulara duyarlılığın artmasının bir sonucu olarak, trafiğin karayolundan demiryoluna yönelmesi beklenmektedir. Demiryolu ulaştırmasının da, ortaya çıkan bu gelişmeden yararlanabilmek için hizmet kalitesi, konfor, güvenilirlik ve fiyat konusunda iyileştirmeler gerçekleştirerek, rekabet gücünü artırmaya yönelik adımlar atması gerekmektedir. Devlet, sürdürülebilir bir kalkınma stratejisi içinde doğru ulaşım politika ve planlarını yaşama geçirmek ve uygulanma aşamasında karar vericiler üzerinde kamuoyu baskısını sağlayacak bir toplumsal bilinci yerleştirmek durumundadır [T.C. Ulaştırma Bakanlığı, 1998: 143-144].

3.2.14. Panoramik Üstünlük

İnsanların seyahat esnasında özellikle ilk kez gittikleri güzergâhlar üzerindeki doğal yapıyı ve yerleşim yerlerini izlemek istedikleri görülmektedir. Her ne kadar demiryolu hatları ve istasyonları şehir yerleşimlerine uzak ve çok kesin belirlenmiş ise de aracın özellikleri bu konuda yolculara bazı imkânlar sağlamaktadır. Demiryolu ulaşım hizmetinden yararlananlar, bu üstünlüğü yaşayabilmekte, doğal güzellikleri, tarihi mekânları, yerleşim merkezlerini görebilmektedirler. Bu konuda vagonlarda yapılacak bazı düzenlemeler ile panoramik üstünlüklerin ön plana çıkarılması, merkezi yayın sistemi ile geçilen yer hakkında turistik bilgi verilmesi bazı açılımlar sağlayabilir.

3.3. Yöntem

Bu çalışmada Delfi Sorgulama Paneli kullanılmıştır. Rand Corporation tarafından 1966 yılında geliştirilen ve çok aşamalı bir yöntem olan Delfinin temel ilkeleri, olumsuz

etkilerini azaltmak için panelistlerin (katılımcıların) birbirleriyle sosyal temasını giderme, geri bildirim sağlama ve daha sonra fikirlerini gözden geçirme imkânı sağlamasıdır [Lock 1987:114]. Delfi yönteminde, toplanan cevapların grubun ortak bilişini yansıtacağı varsayılmaktadır [Parenté, Parenté 1987].

Delfi yönteminde panelistlere, bireysel olarak cevaplamak üzere posta veya bilgisayar yardımıyla bir sorundaki değişkenlerle ilgili görüş/tahminleri sorulur. Cevaplar toplanır ve özetlenir. Bu yapılırken bireylerin verdikleri cevaplar deşifre edilmez. Sonuçlar belli bir analize tabi tutulduktan sonra (örneğin mod, medyan, ortalama, sapma vb.) panelistlere tekrar gönderilerek görüşlerinde bir değişiklik yapmak isteyip istemedikleri sorulur. Bu turlar görüşlerde bir uzlaşma veya ortak görüşlerin çoğunluk kazanmasına kadar devam edebilir [Wheelwright, Makridakis 1980:278-280].

3.4. Sorgulama Süreci

Delfi Paneline, G.Ü. Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bölümünde görev yapan; turizm ve seyahat işletmeciliği ile ilgili çalışma ve dersleri yürüten 33 akademisyen panelist olarak alınmıştır. Panelin birinci turunda, panelistler birbirinden habersiz olarak ve farklı ortamlarda önceden yapılandırılmış soru kâğıdını cevaplamışlardır. Toplanan cevaplar geometrik ortalama, medyan ve mod kullanılarak analiz edilmiş ve dağılım özellikleri ortaya konmuştur. Birinci tur sonuçlarından ikinci bir tura ihtiyaç olduğu görülerek farklı bir şekilde yapılandırılmış ikinci soru kâğıdında, panelistlerin birinci turdaki görüşleri, grup aralığı, ortalama, medyan ve mod değerleri birlikte verilerek, görüşlerinde değişiklik yapmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. İkinci turda elde edilen cevaplar aynı yöntemlerle analiz edildikten sonra standart sapma değeri düşmüş ve dağılım daha dik bir hale gelmiştir. İkinci tur sonuçları, yeni bir tura ihtiyaç olmadığını göstermiştir.

3.5. Bulgular

İkinci tur panel sonucunda elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolardan izlenilebilir. Tablo 2’de panele katılan akademisyenlerin ulaştırma aracı seçiminde dikkate aldıkları etkenleri ve bunların birbiriyle göreceli ağırlıkları verilmektedir. Cevaplama kolaylığı açısından turlarda her bir faktörün %100 üzerinden değerlendirilmesi istenmiş, daha sonra cevapların normalizasyonu sonucunda göreceli ağırlıkları bulunmuştur. Etkenler aynı zamanda önem derecelerine göre sıralanmışlardır.

Tablo 2. Panelistlere Göre Etkenlerin Göreceli Ağırlığı

Faktör	Görece
Güvenlik	0,112
Dakiklik	0,103
Konfor	0,098
Coğrafya	0,094
Hizmet	0,091
Ekonomiklik	0,081
Erişilebilirlik	0,080
Hız	0,075
Mesafe	0,073
Esneklik	0,068
Prestij	0,060
Panoramik	0,029
Sosyallik	0,019
Çevreye dost	0,019
TOPLAM	1,000

Tablo 3’de panelistlerin ikinci tur sonunda, 9’lu ölçek kullanarak [1: en zayıf – 9: en iyi] ulaştırma araçlarını faktörlere göre değerlendirmelerinin sonuçları görülmektedir. İzleme kolaylığı açısından trenlerin daha iyi durumda olduğu etkenler koyu renkli olarak yazılmıştır. Tablodan da görülebileceği gibi trenler güvenlik, ekonomiklik, sosyallik ve çevreye dost olma etkenlerinde diğer ulaştırma araçlarına göre en iyi durumdadırlar. Dakiklik, konfor, coğrafya, hizmet, erişilebilirlik, hız, mesafe, esneklik ve prestij gibi etkenlerde ise en zayıf durumdadır.

Tablo 3 Ulaştırma Araçlarının Göreceli Puanları

Etken	Otobüs	Otomobil	Tren	Uçak
Güvenlik	5,50	6,12	8,22	7,52
Dakiklik	6,98	7,32	4,68	7,44
Konfor	6,00	7,36	5,75	8,26
Coğrafya	6,79	7,52	4,09	5,10
Hizmet	6,16	6,89	5,14	8,05
Ekonomiklik	7,03	5,63	8,21	4,19
Erişilebilirlik	7,61	7,90	5,87	6,58
Hız	5,92	6,87	3,43	8,76
Mesafe	6,04	6,13	5,25	6,99
Esneklik	5,17	8,28	4,15	4,76
Prestij	5,77	7,33	4,55	8,56
Panoramik	6,03	7,38	6,83	4,84
Sosyallik	5,65	5,17	5,95	5,49
Çevreye dost	5,46	5,78	6,32	5,84
TOPLAM	86,10	95,69	78,43	92,39

Tablo 4’de etkenlerin göreceli ağırlıklarına göre yeniden hesaplanan puanlar yer almaktadır. Koyu renkli satırlar trenlerin diğer ulaştırma türlerine göre zayıf olduğu etkenleri göstermektedir.

Tablo 3’de trenler için puanların toplam değerinin en yakın rakibi otobüse ait değerleri karşılama oranı 0,91 iken, Tablo 4’de hesaplamaya, etkenlerin göreceli ağırlıkları da dahil edildiğinde, aynı oranın 0,89’a gerilediği görülmektedir.

Tablo 4: Faktör Ağırlıklarına Göre Ulaştırma Araçlarının Değerlendirilmesi

Etken	Görece				
	Ağırlığı	Otobüs	Otomobil	Tren	Uçak
Güvenlik	0,112	0,617	0,686	0,921	0,843
Dakiklik	0,103	0,715	0,751	0,480	0,762
Konfor	0,098	0,587	0,720	0,562	0,807
Coğrafya	0,094	0,637	0,706	0,384	0,479
Hizmet	0,091	0,563	0,629	0,470	0,736
Ekonomiklik	0,081	0,568	0,455	0,664	0,339
Erişilebilirlik	0,080	0,612	0,635	0,472	0,529
Hız	0,075	0,446	0,517	0,258	0,660
Mesafe	0,073	0,442	0,449	0,384	0,512
Esneklik	0,068	0,350	0,561	0,281	0,322
Prestij	0,060	0,343	0,437	0,271	0,510
Panoramik	0,029	0,174	0,213	0,198	0,140
Sosyallik	0,019	0,108	0,099	0,114	0,105
Çevreye dost	0,019	0,105	0,111	0,122	0,112
TOPLAM	1,000	6,269	6,970	5,580	6,857

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sorgulama bulgularından yola çıkıldığında, on dört etkenin tamamının daha geniş ölçekli bir araştırmada kullanılabilir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Trenlerin diğer ulaştırma araçlarına göre daha iyi durumda olduğu, panoramik üstünlükler, sosyallik ve çevreye dost olma gibi etkenler; insanların tercihlerine etkide daha zayıf kalmışlardır. Toplumsal olarak seyahate bakış ve beklentilerin değişmesiyle daha önemli hale gelebilecekleri düşünülmektedir.

Türkiye’de ulaştırma araçları arasında rekabetin uçak- otomobil; tren – otobüs arasında yaşandığı söylenebilir. Trenler salt bir ulaştırma aracı olarak değerlendirildiğinde, daha iyi durumda iken, ulaştırma aracı seçimini etkileyen etkenlerle birlikte daha zayıf hale gelmektedir. Bu durumun açıklaması olarak demiryolu ulaştırmasında insanları seyahate iten etkenlerin zaman içerisinde göz ardı edilmesinin etkileri olduğu söylenebilir. Daha açık bir ifade ile, demiryolu ulaştırması “insana” ve “insana ait olana” öncelik vermeyen bir pazarlama anlayışına sahip görünmektedir.

Sorgulama sonuçlarına göre demiryollarının dört etkende en iyi puanlara sahip olmasına rağmen, otobüs ile kara taşımacılığının hiçbir etkende en iyi olmadığı hatta iki etkende en kötü olduğu görülmektedir. Buna rağmen toplamda demiryollarından daha yüksek puana sahip olması insanların seyahat davranışlarına bağlı olarak daha dinamik bir pazarlama anlayışına sahip olması ile açıklanabilir.

Sorgulama sonuçlarına göre, Türkiye’de ulaştırmanın büyük bir kısmının gerçekleştirildiği otobüslerle (toplam karayolu payı %96), % 2,7’lik paya sahip trenler arasındaki göreceli fark yüksek değildir. Daha açık bir ifade ile trenler otobüslerle rekabette, doğru stratejileri kullanırlarsa, trenler lehine büyük ölçekli kaymalar görülebilecektir. Bu noktada bir katkı oluşturması düşüncesiyle Tablo 5’de bu sorgulamada kullanılan etkenlere bağlı olarak, demiryollarının hizmet pazarlama karması elemanları olan ve Tablonun ilk satırında yer alan elemanların hangilerini öncelikle kullanarak pazarlama stratejileri geliştirebileceklerine dair bir çerçeve verilmektedir. Hücrelerde yer alan 1-3 arası rakamlar söz konusu etken için, en önemli (1) strateji kaynağının hangi pazarlama karması elemanı olduğunu göstermektedir. Bazı satırlarda birden fazla aynı değerden bulunması, söz konusu etken için birden fazla karma elemanının eşit öneme haiz olması anlamına gelmektedir. Tablo 5’ten de anlaşılacağı gibi ilk yıl için en önemli strateji kaynağı fiziksel ortamdır. Bunu süreç yönetimi ve katılımcılar (personel) izlemektedir.

Tablo 5 Etkenlerden Hareketle Pazarlama Stratejileri Oluşturma

ETKEN	Katılımcılar	Tutundurma	Fiziksel ortam	Süreç Yönetimi	Dağıtım kanalı	Ürün Hizmet	Fiyat
Güvenlik	2	3		1			
Dakiklik	2	2		2		1	
Konfor	1	2	1	1		3	3
Coğrafya		2			2	1	
Hizmet	1	2	1	1	3		
Ekonomiklik		3			2		1
Erişilebilirlik	2	1	1	1	1		
Hız				2		1	3
Mesafe	1	2	1	1	3	2	
Esneklik	3	2	1	2		3	
Prestij	2	1	2	2	2	1	3
Panoramik			1				
Sosyallik	2		1	2			
Çevreye dost						1	
DÖNEM	İlk yıl					Takip eden yıllar	

(1) en öncelikli strateji kaynağı; (2) önemli strateji kaynağı; (3) gözardı edilemeyecek strateji kaynağı

KAYNAKÇA

Barutçugil, İ.S., (1986), Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Bursa.

Commision of The European Communities, (2002), Towards an Integrated European Railway Area, COM (2002) 18 Final, Brüksel.

Cook, R. A., J.J. Margua, L. J. Yale, (2002), Tourism: The Business of Travel, Prentice Hall, U.S.A.

Gürdal, M., (1987), Ulaştırma Ekonomisi, Coşkun Matbaası, Aydın.

Holloway, C., (1998), The Business of Tourism. Fifth Edition, Longman Publishing. New York

[Http://europa.eu.int/comn/transport/rail/interoperability/interope_en.htm](http://europa.eu.int/comn/transport/rail/interoperability/interope_en.htm), 10.04.2006

ISSN 1300-2503

Lock, A., (1987), "Integrating Group Judgments in Subjective Forecasts," Judgmental Forecasting, G. Wright, P. Ayton (Eds.) John Wiley&Sons. London. Pp.109-127.

OOPEC (Office for Official Publications of The European Communities) (2001), European Transport Policy for 2010: Time to Decade, White Paper, L-2985, Luxemburg.

Parenté, F.J., J.K.A. Parenté, (1987), Delphi Inquiry Systems, Judgmental Forecasting, G. Wright, P. Ayton (Eds.) John Wiley&Sons. London. Pp. 129-156.

- Prideaux, B., (2001)**, "Link Between Transport and Tourism. Past, Present, Future", Tourism in The 21st Century, B. FAULKNER, G. MOSCARDO, E. LAWS (Ed.), Continuum, London.
- Şahbaz, R.P., (2004)**, " Türkiye Cumhuriyeti'nin 80 Yılında Ulaştırma, 1923-2003", G.U. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, pp. 189-208.
- Şahbaz, R.P., S. Yüksel, (2005)**, "Avrupa Birliğinde Demiryolu Ulaştırması İle İlgili Politikalar ve Türkiye'nin Durumu", Müzakere Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu, Gazi Üniversitesi Avrupa Birliği Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara.
- Şahbaz, R.P., S. Yüksel, (2006)**, Avrupa Birliğinde Demiryolu Ulaştırması, Standartlar, Politikalar, Hedefler, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- T.C. Ulaştırma Bakanlığı, (1998)**, 9. Ulaştırma Şurası: Komisyon Raporları, Başbakanlık Basımevi, Ankara
- TCDD APK Dairesi Başkanlığı, (2005)**, T.C. Devlet Demiryolları İstatistik Yıllığı 2000-2004,
- TÜBİTAK (2003)**, Vizyon 2003 Ulaştırma ve Turizm Ön Raporu, Ankara
- Wheelwright, S.C., S. Makridakis, (1980)**, Forecasting Methods for Management, 3rd Ed., John Wiley&Sons, New York,
- www.tcdd.gov.tr**, 11/05/2006