



SERVICE QUALITY ASSESSMENT OF SATISFACTION IN HIGH SPEED TRAIN

Hasan GEDİK 1*

* KTO Karatay University, Konya, Turkey*

E-mail: hasan.gedik@karatay.edu.tr*

Copyright © 2016 Yazar1, Yazar2, Yazar3. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

One of the most important problems in the world and Turkey is the transportation. One of the most effective solution which is "High Speed Train" (HST) has become very important in order to provide faster, cheaper, high quality and long term solutions for transportation problem. This study is applied, exploratory and experimental research. The aim of this research is to put forward the quality of the services offered in HST services and how these new services perceived by passengers. Additionally, relationships between service quality and frequency of usage of HST will be searched by expectations of the passengers from the HST services, perceptions and satisfaction with service levels and service quality.

It is a distinctive survey study which conducted at the center of Konya with 600 HST passengers in 2015. This study is limited to Konya. As a result of the study, we found high expectations and relatively low perceptions. The publicity used to promote HST relieved high expectations when compared to publicity used in high-speed trains in the European countries as well as in the rest of the world. These expectations reflect the quality of service must be ideal. HSTs which are serving in our country in recent years have come to the forefront with fast, reliable, comfortable and cost effective for passengers.

Keywords: Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction

JEL: M31 - Marketing, M30 - General, M39 - Other

Yüksek Hızlı Trenlerde Hizmet Kalitesi Açısından Memnuniyet Değerlendirmesi

ÖZET

Dünyanın ve Türkiye'nin de en önemli sorunlarından biri olan ulaşım problemlerine hızlı, ucuz, kaliteli ve uzun dönemli çözümler üretmek amacıyla; en etkili ulaşım araçlarından olan "Yüksek Hızlı Trenlerin" (YHT) yapılması çok önemli hale gelmiştir. Bu araştırma uygulamalı, keşifsel ve nedensel bir araştırmadır. Bu araştırmanın problemleri; YHT'lerde sunulan hizmetlerin hizmet kalitesini ve bu yeni hizmetlerin yolcular tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaktır. YHT hizmetlerinden yolcuların beklentileri, algıları, hizmetlerden memnuniyet düzeyleri ve hizmet kalitesini, YHT kullanım sıklığı ile hizmet kalitesi algılamaları arasında nasıl ilişkiler olduğunu ortaya koymaktır.



Bu çalışma, Konya merkezde bulunan, 2015 yılında YHT'ni kullanmış 600 yolcu ile yapılan özgün bir anket çalışmasıdır. Çalışma Konya ile sınırlıdır. Araştırma sonunda beklentiler yüksek, algılamalar nispeten düşük çıkmıştır. YHT'ler konusunda yapılan tanıtımlar, Avrupa ülkelerinde ve dünyanın gelişmiş ülkelerinde ki hızlı trenlerle kıyaslamalar sonucunda beklentilerin yüksek olduğu görülmektedir. Bu beklentiler ideal olması gereken hizmet kalitesini yansıtmaktadır. Ülkemizde son yıllarda hizmet vermeye başlayan YHT'ler hızlı güvenilir, konforlu ve fiyat uygunluğu ile yolcuların tercihlerinde ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti

1. GİRİŞ

Dünyada artan rekabet şartları, ülkelerin hızlı büyüme istekleri hizmet sektörünün önemini artırmıştır. Hizmet sektörü ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin de bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Günümüzde, memnuniyet ve hizmet kalitesi, önemi gittikçe artan konular arasındadır. Memnuniyet ve hizmet kalitesinin yakından ilgili olduğu alanlardan biride ulaştırma sektörüdür. Özellikle artan rekabet ortamında, her kurum hizmet verdiği müşterilerinin algılamalarına ilişkin araştırmalar gerçekleştirmektedir.

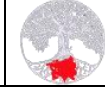
Dünyanın ve Türkiye'nin de en önemli sorunlarından biri olan ulaşım problemlerine hızlı, ucuz, kaliteli ve uzun dönemli çözümler üretmek amacıyla; en etkili ulaşım araçlarından olan "Yüksek Hızlı Trenlerin" (YHT) önemli Ulaşım koridorlarında planlanması, yapılması çok önemli hale gelmiştir. YHT hatları ülkemizde yolcu taşımacılığının geleceğine yapılan en önemli yatırımlar arasındadır.

Bu araştırmanın amacı, ülkemizde son yıllarda hizmet vermeye başlayan YHT'lerde hizmet kalitesinin araştırılmasıdır. YHT hizmetlerinden yolcuların beklentileri, algıları, hizmetlerden memnuniyet düzeyleri ve hizmet kalitesini ortaya koymaktır. Ayrıca bu araştırmada, YHT kullanımını tercih etmelerini etkileyen önemli faktörler nelerdir? YHT tercihini etkileyen önemli faktörler ile meslekler, yaş grupları ve eğitim durumları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? YHT'lerle ilgili hizmet kalitesi memnuniyet araştırmamız Konya da yapılan özgün bir çalışmadır.

LİTERATÜR ANALİZİ

Tüketici istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretilen hizmetin, dayanıksız, standart olmayan, üretildiği anda tüketilen, saklanamayan ve soyutluk özellikleri vardır. Kalite, belirli bir malın ya da hizmetin tüketici istek ve beklentilerine uygunluğudur. Hizmet kalitesi, müşterilerin bir hizmetten beklentileri ile o hizmetin gerçekleşen performansının aynı kişilerce algılanması arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Caldwell, 2002: 162). Müşterinin aldığı hizmet, beklenen hizmetten daha iyi olursa hizmet kalitesi yüksek, aksi durumda ise hizmet kalitesi düşük algılanacaktır (Altunışık, Özdemir ve Torlak: 2007, s.176).Müşterilerin bu algılamaları, müşteri tatminini ortaya koyan en önemli göstergedir. Atan, Baş vd, (2005:7) de, hizmet kalitesini, müşterilere verilen hizmetin onların beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsü olarak söylemektedir. Müşteri beklentilerini karşılamak Kaliteli hizmet vermektir. Hizmet kalitesi ile ilgili literatürde "beklentiler" ise müşterilerin o hizmetle ilgili arzu ve isteklerini ortaya koymaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988).

Grönroos (1984) tarafından hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili ilk model önerisi ortaya konmuştur. Parasuraman, Zeithaml ve Berry, (1985) hizmet kalitesini ölçmek için 22



unsurdan oluşan bir ölçek olan SERVQUAL'ı geliştirmişler ve hizmet kalitesinin farklı alanlar için geliştirilebilecek beş temel boyutu olduğunu öne sürmüşlerdir. Daha sonra Parasuraman ve diğ., (1988) tarafından SERVQUAL ve Cronin ve Taylor (1994) tarafından SERPERF modeli geliştirilmiştir. Her iki ölçekte literatürde yaygın kabul görmüştür. Aynı yazarlar hizmet kalitesinin 10 boyutu olduğunu söylemişler ve daha sonraki çalışmalarında hizmet kalitesini 5 boyuta indirmişlerdir. Bunlar güvenilirlik, tepki (karşılık) verebilmek, güvence, örgütün kendini müşterinin yerine koyabilmesi (empati) ve fiziksel varlıklardır.

Bütün sektörler için hizmet kalitesinin her boyutuyla aynı olmadığı ve değişik alandaki hizmetler için farklı boyutların olabileceği birçok yazar tarafından iddia edilmektedir (Dean,1999 :8 ; Jung, 2006: 86).

Literatürde yolcuların memnuniyetlerine yönelik yurt dışı literatürde epey bilimsel çalışma bulunmasına rağmen ülkemizde az sayıda çalışma mevcuttur. Hızlı tren örneğinde demir yolları yolcularının memnuniyet algılamaları ve bu algılamaların oluşmasındaki etkenler üzerine çok az araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalarda, Nathanail (2008) altı grupta 22 ölçüt ile demir yollarında yolcuların memnuniyetini ölçerek hizmet kalitesinin geliştirilmesini öngören bir çerçeve sunmuştur. Roman vd. (2007) ise Madrid ve Barcelona arasında hizmet veren YHT ile havayollarının yolcularını memnuniyet düzeyleri ve tercih nedenleri açısından kıyaslamışlardır.

TASARIM VE YÖNTEM:

Bu araştırma uygulamalı, keşifsel ve nedensel bir araştırmadır. Bu araştırmanın problemleri; YHT'lerde sunulan hizmetlerin hizmet kalitesini ve bu yeni hizmetlerin yolcular tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaktır. YHT'ni kullanım sıklığı ile hizmet kalitesi algılamaları arasında nasıl ilişkiler olduğunu ortaya koymaktır.

Araştırma ile ilgili kurulan 10 Hipotezden, ilk 7 hipotezde, yolcuların sosyo-demografik özellikleri ile YHT'lerle ilgili hizmet kalitesi algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edildi. Diğer 3 Hipotezde ise, YHT tercihini etkileyen önemli faktörler ile meslekler, eğitim durumu ve yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı test edildi. Araştırma Konya'da 5 nisan -15 aralık 2015 tarihleri arasında, YHT'lerle yolculuk yapan 600 yolcu ile yapıldı. Çalışmada ilk önce 40 yolcu ile pilot çalışma yapılarak anlaşılması güç 5 soru çıkarılmıştır. Daha sonra yolcular arasından tesadüfi olarak seçilen 220 yolcu ile yüz yüze görüşmeler yapılarak ve 340 anket ise kolayda örnekleme ile bırak al yöntemiyle toplandı. Uygulanan anketteki sorular, Yaşar Sarı ve arkadaşlarının 2011 "Yüksek Hızlı Tren Yolcularının Kişisel Değişkenler Açısından Memnuniyet Algılamalarının Değerlendirilmesi" çalışmasından ve Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL yöntemi ölçeğinden alınmıştır. Ankette, yolcuların sosyo-ekonomik ve demografik bilgilerini kapsayan sorular ve beşli Likert ölçeği üzerinde sunulan ifadelerle beklenti ve algılama olmak üzere iki gruptan ve 25'er sorudan oluşmaktadır. Ankette yer alan soruların tamamı kapalı uçlu olarak düzenlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, SPSS yardımıyla frekans dağılımı (f), aritmetik ortalama (A.O.), yüzdeler, T-testi, ANOVA analizi ve KİKARE analizi yapıldı.

BULGULAR VE TARTIŞMA:

Yüksek hızlı trenlerde hizmet kalitesi açısından memnuniyet değerlendirmesi araştırmamızda, araştırmaya katılan yolcuların genel seyahat sıklıkları, YHT ile seyahat sayıları, seyahat nedenleri, YHT'den önce kullanılan araçlar, YHT tercihlerini etkileyen en



önemli faktörler, meslekleri, gelir düzeyleri, yaşları, eğitim durumları, medeni durumları, cinsiyetleri, bilet sınıfları ile bilgiler Aşağıdaki tablolarda görülmektedir.

Tablo.1: Genel seyahat sıklığınız nedir ?

	N	%
Haftada 1'den çok	40	6,7
Haftada bir	69	11,5
Ayda bir	164	27,3
Üç ayda bir	130	21,7
Altı ayda bir	98	16,3
Yılda bir	99	16,5
Toplam	600	100,0

Tablo.2 : YHT ile seyahat sayınız nedir?

	N	%
1 kere	113	18,8
2-5 arası	225	37,5
5-10 arası	135	22,5
10 dan fazla	127	21,2
Toplam	600	100,0

Tablo.3 :YHT ile çoğunlukla seyahat nedeniniz nedir?

	N	%
İş	154	25,7
Eğitim	79	13,2
Turistik gezi	140	23,3
Ziyaret	155	25,8
Sağlık	47	7,8
Diğer	25	4,2
Toplam	600	100,0

Tablo.4 : YHT'den önce kullanılan araç

	N	%
Özel otomobil	264	44,0
Tren	73	12,2
Otobüs	263	43,8
Toplam	600	100,0

Tablo.5 :YHT Tercihinizi Etkileyen En Önemli Faktör nedir?

	N	%
Hızlı olması	262	43,7
Güvenli olması	138	23,0
Fiyatın uygun olması	72	12,0
Konforlu olma	48	8,0
Zamanında ulaşım	51	8,5
Lokanta wc vs	29	4,8
Toplam	600	100,0

Tablo.12 : YHT ile seyahatinizde bilet sınıfı genellikle hangisidir?

	N	%
Ekonomi	405	67,5
Business	195	32,5
Toplam	600	100,0

Tablo.6 : Mesleğiniz

	N	%
İşçi/Memur	101	16,8
Esnaf / İşadamı	94	15,7
Serbest	87	14,5
Emekli	57	9,5
Öğrenci	193	32,2
Ev hanımı	43	7,2
Diğer	25	4,2
Toplam	600	100,0

Tablo.7 :Aylık gelir düzeyiniz nedir?

	N	%
500- 999 TL arası	162	27,0
999-1999 TL arası	152	25,3
2000-2999 TL arası	157	26,2
3000-5000 TL arası	77	12,8
5000 TL'den fazla	52	8,7
Toplam	600	100,0

Tablo.8 : Yaşınız

	N	%
18 yaş altı	38	6,3
19 – 25	234	39,0
26 – 40	180	30,0
41 – 59	116	19,3
60 ve üzeri	32	5,3
Toplam	600	100,0

Tablo.9 : Eğitim durumunuz?

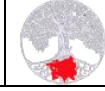
	N	%
İlköğretim	64	10,7
Lise	168	28,0
Ön lisans / Lisans	288	48,0
Lisans Üstü	80	13,3
Toplam	600	100,0

Tablo.10 : Medeni durumunuz?

	N	%
Evli	273	45,5
Bekar	327	54,5
Toplam	600	100,0

Tablo. 11: Cinsiyetiniz?

	N	%
Bay	331	55,2
Bayan	269	44,8
Toplam	600	100,0



Araştırma sonucu ortaya çıkan, YHT’lerde yolcuların “Beklentileri” ve “Algılamaları” sonucunda, “Hizmet Kalitesi” durumu tablo.13’te olduğu gibi ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar hizmet kalitesi beklentilerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo. 13: Hizmet Kalitesi

YHT HİZMET KALİTESİ ((Beklenti Ort=4,28) – (Algılama Ort =3.67) = fark = 0,61)(%12)		N:600		BEKLENTİ	ALGILAMA	HİZMET
		ort	ort	ort	ort	KALİTESİ
1	Yüksek Hızlı Trenler (YHT) modern görünümüne sahip olmalıdır.	3,64	4,22	-0,58		
2	İstasyon binaları ve çalışma salonları göze hoş görünmelidir.	3,45	4,25	-0,80		
3	Yüksek Hızlı Tren çalışanları temiz ve düzgün görünmelidir.	3,71	4,34	-0,62		
4	Yüksek Hızlı Trendeki koltuklar rahat ve konforlu olmalıdır.	3,79	4,40	-0,61		
5	Yüksek Hızlı Trenler genel olarak temiz ve bakımlı olmalıdır.	3,77	4,41	-0,64		
6	Yüksek Hızlı Tren personeli nazik ve güler yüzlü olmalıdır.	3,72	4,29	-0,57		
7	Yüksek Hızlı Tren hizmetlerinde her müşteri ile tek tek ilgilenilir.	3,40	3,97	-0,57		
8	Yüksek Hızlı Tren personeli her zaman hizmet vermeye hevesli olmalıdır.	3,48	4,15	-0,68		
9	YHT personeli her zaman müşteriye yardım etmeye istekli ve gönüllü olmalıdır.	3,50	4,13	-0,63		
10	Yüksek Hızlı Trenlerde hizmetler belirtilen zaman içinde verilmelidir.	3,69	4,27	-0,58		
11	Yüksek Hızlı Trenlerde işlemler ve hizmetler hatasız ve çok titiz olmalıdır.	3,64	4,32	-0,68		
12	Yüksek Hızlı Tren hizmetlerinde müşterilerle iletişim faaliyetleri çok iyi olmalıdır.	3,54	4,16	-0,62		
13	İnternette bilgilendirme, rezervasyon ve bilet satış hizmetleri iyi düzenlenmelidir.	3,73	4,29	-0,57		
14	Yüksek Hızlı Tren kalkış ve varış saatlerinde aksama yaşanmamalıdır.	3,73	4,32	-0,59		
15	Yüksek Hızlı Tren bilet satış ve rezervasyon işlemleri hatasız yapılmalıdır.	3,71	4,35	-0,64		
16	Yüksek Hızlı Tren hizmetleri, taahhüt edildiği şekilde gerçekleştirilmelidir.	3,74	4,33	-0,59		
17	YHT kalkış/varış, ekran ve anonsları seyahat hakkında yeterli bilgiyi sunmalıdır.	3,77	4,29	-0,52		
18	Yüksek Hızlı Tren personeli işinde profesyonel ve güven verici olmalıdır.	3,79	4,35	-0,55		
19	Yüksek Hızlı Trenlerde yolcular, kendilerini güvende hissetmelidir.	3,87	4,45	-0,58		
20	Yüksek Hızlı Tren personeli yolcu sorularına cevap verecek bilgiye sahip olmalıdır.	3,70	4,33	-0,63		
21	Yüksek Hızlı Trenler yolcu taşımacılığında yeterli donanımına sahip olmalıdır.	3,76	4,37	-0,60		
22	Yüksek Hızlı Trenlerin ses yalıtım sistemi iyi olmalıdır.	3,70	4,19	-0,48		
23	Yüksek Hızlı Trenlerde bilet fiyatları uygun olmalıdır.	3,76	4,32	-0,56		
24	Yüksek Hızlı Tren personeli müşterilere karşı saygılı olmalıdır.	3,76	4,35	-0,59		
25	Yüksek Hızlı Tren hizmetlerinde müşterinin özel istekleri dikkate alınmalıdır.	3,48	4,13	-0,65		

Hizmet kalitesi beklentilerinin ortalama: (4.28) çıkması, beklentilerin yüksek olduğunu, algılamaların ise ortalama: (3.67), aralarındaki fark ise (-0.61)’dir, yani %12,2 oranında aralarında fark çıktığını göstermektedir. Tabloya baktığımızda en yüksek farkın *istasyon binaları ve çalışma salonları göze hoş görünmelidir*, maddesinde ortaya çıkmıştır. En az farkın ise *yüksek hızlı trenlerin ses yalıtım sistemi iyi olmalıdır*, maddesinde olduğunu görmekteyiz. Beklenti ve algılama arasındaki farklılığın en az (-0,48) ve en yüksek (-0,80) arasında, ortalamalar arası farklılığın (-0,61) olduğu görülmektedir. Hizmet kalitesi ile ilgili ölçeklerimize güvenilirlik analizi yaptığımızda *Beklenti Ölçeğimizin* Cronbach's Alphası ($\alpha = 0,904$) *Algılama Ölçeğimizin* Cronbach's Alphası ($\alpha = 0,934$) çok yüksek değerlerin çıktığı görülmektedir. Bu yüksek değerler ölçeklerimizin güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu nedenle ölçeklerden hiçbir soru çıkarılmadı.

Hizmet kalitesi ölçeğimize yaptığımız homojenlik testi ($p=0,492$) ve normallik testleri $p=0,079$ anlamlılık değerleri çıkması, verilerimizin ($p=0,005$)’den yüksek olması nedeniyle parametrik analizler yapıldı.

***Araştırma ile ilgili kurulan hipotez testleri,***

H1: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, meslek grupları itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.

YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *meslek* grupları arasında yapılan “ANOVA Analizi” sonucunda $F(6,599)= 1,490$ değeri %95 güven aralığında $p=0,180$ anlamlılık değerinde olduğu ve *meslekler* arasında hizmet kalitesi algılaması açısından anlamlı farklılık olmadığı görüldüğünden, H1 hipotezimiz **ret** edilmiştir.

H2: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, gelir düzeyleri itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.

YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *gelir düzeyleri* arasında yapılan “ANOVA Analizi” sonucunda $F(4,599)= 3,370$ değeri %95 güven aralığında $p=0,010$ anlamlılık değerinde olduğu ve *gelir düzeyleri* arasında, hizmet kalitesi algılaması açısından anlamlı farklılık olduğu görüldüğünden, H2 hipotezimiz **kabul** edilmiştir.

H3: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, yaş itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.

YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *yaşları* grupları arasında yapılan “ANOVA Analizi” sonucunda $F(4,599)= 1,524$ değeri %95 güven aralığında $p=0,194$ anlamlılık değerinde olduğu ve *yaş* grupları arasında hizmet kalitesi algılaması açısından anlamlı farklılık olmadığı görüldüğünden, H1 hipotezimiz **ret** edilmiştir.

H4: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, eğitim durumları itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.

YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri *öğrenim durumları* arasında yapılan “ANOVA analizi” sonucunda $F(6,599)= 4,740$ değeri %95 güven aralığında $p=0,003$ anlamlılık değerinde olduğu ve *öğrenim durumları* arasında, hizmet kalitesi algılaması açısından anlamlı farklılık olduğu görüldüğünden, H4 hipotezimiz **kabul** edilmiştir.

H5: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, medeni durum itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.

YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *medeni durumları* arasında yapılan “t” testi sonucunda 598 serbestlik derecesinde 0,073’lik T değeri %95 güven aralığında $p= 0,942$ anlamlılık düzeyinde olduğu, yolcuların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık olmadığı görüldüğünden, H5 hipotezimiz **ret** edilmiştir.

H6: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, cinsiyetleri itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.



YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *cinsiyetleri* arasında yapılan “t” testi sonucunda 598 serbestlik derecesinde 0,695’lik T değeri %95 güven aralığında $p=0,487$ anlamlılık düzeyinde olması, yolcuların *cinsiyetlerine* göre anlamlı bir farklılık olmadığı görüldüğünden, H6 hipotezimiz **ret** edilmiştir.

H7: YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri, bilet sınıfı itibarıyla anlamlı farklılık gösterir.

YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *bilet sınıfı* itibarıyla yapılan “t” testi sonucunda 598 serbestlik derecesinde 2,341’lik T değeri %95 güven aralığında $p=0,020$ anlamlılık değerinde olması ve yolcuların bilet sınıflarına göre anlamlı bir farklılık olduğu görüldüğünden, H7 hipotezimiz **kabul** edilmiştir.

H8: YHT Tercihini Etkileyen Önemli Faktörler ile Meslekler arasında anlamlı bir ilişki vardır

YHT tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ile meslekler arasındaki ilişki durumu ile ilgili yapılan Kİ-Kare testi sonucu, Pearson Chi-Square katsayısı Asymp. Sig. (anlamlılık) satırındaki değer $p= (0,001)$ olduğu görülmektedir. Söz konusu değer $p<0,05$ den küçük olduğu için, YHT tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ile meslekler arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle H8 hipotezimiz **kabul** edilmiştir

H9: YHT Tercihini Etkileyen Önemli Faktörler ile Yaş Grupları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

YHT tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ile yaş grupları arasındaki ilişki durumu ortaya konmuştur. Yapılan Kİ-Kare testi sonucu, Pearson Chi-Square katsayısı Asymp. Sig. (anlamlılık) satırındaki değer $p= (0,007)$ olduğu görülmektedir. Söz konusu değer $p<0,05$ den küçük olduğu için, YHT tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ile yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle H9 hipotezimiz **kabul** edilmiştir.

*H10: YHT tercihini etkileyen önemli faktörler ile **eğitim durumu** arasında anlamlı bir ilişki vardır*

YHT tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ile eğitim durumu arasındaki ilişki durumu ortaya konmuştur. Yapılan Kİ-Kare testi sonucu, Pearson Chi-Square katsayısı Asymp. Sig. (anlamlılık) satırındaki değer $p= (0,007)$ olduğu görülmektedir. Söz konusu değer $p<0,05$ den küçük olduğu için, YHT tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle H10 hipotezimiz **kabul** edilmiştir.



SONUÇ, ÖNERİLER VE KISITLAR:

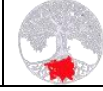
Ulaşım problemlerine hızlı, ucuz, kaliteli ve uzun dönemli çözümler üretmek amacıyla; en etkili ulaşım araçlarından olan “Yüksek Hızlı Trenlerin” hizmet kalitesini ortaya koymak için yaptığımız uygulamalı araştırma **sonucu ortaya çıkan, Yüksek hızlı trenlerde yolcuların Beklentileri ve Algılamaları sonucunda**, hizmet kalitesi beklentilerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Hizmet Kalitesi beklentilerinin $ORT=4.28$ çıkması, beklentilerin yüksek olduğunu, algılamaların ise ortalama= 3.67 çıkması sonucu, hizmet kalitesi ortalama farkın (-0.61), %12,2 oranında aralarında çıktığını göstermektedir. Tabloya baktığımızda en yüksek fark *İstasyon binaları ve çalışma salonları göze hoş görünmelidir*, maddesinde ortaya çıkmıştır. En az farkın ise *YHT’lerin ses yalıtım sistemi iyi olmalıdır*, maddesinde olduğunu görmekteyiz. Beklenti ve algılama arasındaki farklılığın en az -0,48 ve en yüksek -0,80 olduğu görülmektedir.

Araştırma ile ilgili kurulan hipotez testlerinin analizinde, YHT yolcularının hizmet kalitesinden memnuniyetleri ile *meslek grupları, yaşları, medeni durumları ve cinsiyetleri* arasında yapılan araştırmalar sonucunda hizmet kalitesi algılamaları açısından anlamlı farklılıklar olmadığı görüldü. Yolcuların *gelir düzeyleri, öğrenim durumları ve bilet sınıflarına* göre hizmet kalitesinden memnuniyetlerinde ise anlamlı farklılıklar görülmektedir.

YHT tercihini etkileyen önemli faktörler ile *meslekler, yaş grupları ve eğitim durumları* arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. YHT kullanımını tercih etmelerini etkileyen önemli faktörler olarak; hızlı olması 262 kişi (%43,7), güvenli olması 138 kişi (% 23,0) ve fiyatın uygun olması 72 kişi (% 12,0) görülmektedir.

Ülkemizde YHT’lerle ilgili daha önce Eskişehir-Ankara ve Ankara- Eskişehir arasında hızlı tren ile seyahat eden yolcuları kapsayan kişisel değişkenler açısından bir memnuniyet araştırması yapılması dışında fazla çalışma olmaması nedeniyle, YHT’lerle ilgili hizmet kalitesi memnuniyet araştırmamız Konya da yapılan özgün bir çalışma olmuştur.

Araştırma sonunda beklentiler yüksek, algılamalar nispeten düşük çıkmıştır. YHT’ler konusunda yapılan tanıtımlar, Avrupa ülkelerinde ve dünyanın gelişmiş ülkelerinde ki hızlı trenlerle kıyaslamalar sonucunda beklentilerin yüksek olduğu görülmektedir. Bu beklentiler ideal olması gereken hizmet kalitesini yansıtmaktadır. Ülkemizde son yıllarda hizmet vermeye başlayan YHT’ler hızlı güvenilir, konforlu ve fiyat uygunluğu ile yolcuların tercihlerinde ön plana çıkmaktadır.

**KISITLAR;**

Bu çalışma Konya merkezde bulunan YHT'ni kullanmış yolcular ile yapılmıştır. Çalışma Konyalı yolcularla sınırlıdır. Daha sonraki araştırmalarda yapılacak hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti çalışmaları, Ankara, Eskişehir, İstanbul özellikle Avrupa ülkelerini de içine alacak bir araştırma daha kapsayıcı olacaktır.

ÖNERİLER;

Bu araştırmada göstermektedir ki, hizmet kalitesinin artırılması için hızlı trene uygun hızın yakalanması, koltukların daha rahat ve konforlu olması, trenlerin daha temiz ve bakımlı olması gerekmektedir. Ayrıca tren personelinin her zaman hizmet vermeye hevesli olması, müşterilerle iletişim faaliyetlerinin çok daha iyi olması, müşterinin özel isteklerinin dikkate alınması, tren hizmetlerinde her müşteri ile tek tek ilgilenilmesi konularında yapılacak düzenlemeler iyileştirmeler, personel eğitimleri müşteri memnuniyetini beklentilere yaklaştıracaktır.

Hizmet sektöründe teknoloji çok önemli olmakla birlikte konusunda iyi yetişmiş, güler yüzlü, uzman personel de en az teknoloji kadar önemlidir. Yeni hizmetlerde yetişmiş uzman personel beklentileri daha iyi karşılayacaktır. Kurumların hizmet kalitesine verecekleri önemle birlikte beklentilerin daha iyi karşılanacağını ve müşteri memnuniyetinin çok daha fazla artacağını söyleyebiliriz.



REFERENCES

- Altunışık, R., Özdemir, Ş. Ve Torlak Ö.(2007). *Pazarlamaya Giriş, Genişletilmiş 2. Baskı Sakarya Yayıncılık/İstanbul.*
- Argan,M.(2007). *Eğlence Pazarlaması*, Detay Yayıncılık.
- Caldwell,N. (May2002). (Rethinking) the Measurement of Service Qualityin Museumsand Galleries. *International Journal of Nonprofitand Voluntary Sector Marketing.* 7(2), 161-171.
- Cronin, J.J. ve Taylor, S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQU- AL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, *Journal of Marketing*, 58: 125–131.
- Dean, A. M. (1999). The Applicability of SERVQUAL in Different Health Care Settings. *Health Marketing Quarterly.* 16 (3), 1-15.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18 (4): 36-44.
- Jung, M. (March 2006). Determinants of Exhibition Service Qualityas Perceived by Attendees. *Journal of Convention & Event Tourism.* 7 (3-4), 85-98.
- Nathanail E. (2008). Measuring the Quality of Service for Passengers on the Hellenic Railways, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42 (1): 48-66
- Parasuraman, A. ,Zeithaml, V.A. ve BerryL. L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing.* 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml V.A. ve Berry, L. L. (1988). SERV- QUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64 (Spring): 38-50.
- Román, C., Raquel E. ve Juan C. M. (2007). Competition of HighSpeed Train with Air Transport: The Case of Madrid Barcelona, *Journal of Air Transport Management*, 13 (5): 277-284
- Sarı, Y. Kılıçlar A.Seçilmiş, C., (2011) “Yüksek Hızlı Tren (YHT) Yolcularının Kişisel Değişkenler Açısından Memnuniyet Algılamalarının Değerlendirilmesi”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 22, Sayı 2, Güz: 127-138,