

Hava Yolu Yolcularının Kabinçi Hizmet Algılarının Değerlendirmesi: Türk Hava Yolları Örneği

*Evaluation of Airline Passangers' Perceptions of In-Cabin Services:
Turkish Airlines Example*

Onur GÖRKEM

Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Denizli, Türkiye
ogorkem@pau.edu.tr

Kamil YAĞCI

Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Denizli, Türkiye
kyagci@pau.edu.tr

Özet

Firma sayısı, filo büyüklüğü ve uçuş noktası ağını her geçen gün artıran hava yolu endüstrisi yoğun rekabete sahne olmaktadır. Pazar payının korunması veya arttırılabilmesi için ise hizmet kalitesi önemli bir rekabet gücü bileşenidir. Bu çalışmada, yolcuların satın alma tercihleri üzerinde önemli etkisi olan kabin içi hizmetlere ilişkin yolcu değerlendirmeleri analiz edilmiştir. Araştırma örneklemini, THY (Türk Hava Yolları) ile seyahat eden 501 yolcu oluşturmuştur. Çalışma verilerini İngiltere merkezli bir danışmanlık ve marka konumlandırma firması olan Skytrax'ın web sayfası üzerinden yapılan çevrim içi anket verileri oluşturmuştur. Veri analizinde regrasyon, korelasyon ve varyans (ANOVA) testleri kullanılmıştır. Çalışma bulgularına göre Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifik yolcu değerlendirmelerinin gerek kabin içi hizmet boyutlarına gerekse fiyat-değer algılarına göre anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Hava Yolu Taşımacılığı, THY, Kabin içi hizmetler, Hizmet kalitesi

Abstract

Airline industry is facing an intense competition as the number of companies, fleet sizes and the network of flight destinations increase with each passing day. In order to maintain or increase market share, the quality of service is an important component of competitiveness. In this study, passengers' evaluation of in-cabin services, which have significant impact on their purchase decisions, were analyzed. The study sample consisted of 501 passengers who travelled with THY (Turkish Airlines). The data were gathered from an online questionnaire hosted by Skytrax, an England based consultancy and brand positioning firm. Regression, correlation and variance (ANOVA) tests were used to analyze data. Findings indicate that American, European and Asia-Pacific passengers' evaluation showed significant differences with regard to either in-cabin service dimensions or price-value perceptions.

Keywords: Airline transportation, THY, In-cabin services, Service quality