

Hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik yapılan çevrim içi şikâyetlerin değerlendirilmesi

Evaluation of online complaints regarding food and beverage treats served by airline companies

Defne Keşkekcî¹ 

Kansu Gençer² 

¹ Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Kütahya, Türkiye defnekeskekc@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-6344-1338

² Dr., Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kütahya, Türkiye, kansugencer@hotmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6400-7274

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Dr. Kansu Gençer,

Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kütahya, Türkiye, kansugencer@hotmail.com

Başvuru/Submitted: 6/02/2023

Revizyon/ Revised: 8/03/2023

Kabul/Accepted: 18/03/2023

Yayın/Online Published: 25/03/2023

Atf/Citation: Keşkekcî, D., ve Gençer, K., Hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik yapılan çevrim içi şikâyetlerin değerlendirilmesi, *bmij* (2023) 11 (1): 243-252, doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v11i1.2224>

Öz

Bu araştırmanın amacı hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik yapılan çevrim içi şikâyetlerin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Buna göre, Tripadvisor internet sitesi üzerinden müşterilerin yaptığı yorumlar analiz edilerek tema ve alt temalara uygun olarak incelenmiştir. Böylelikle, şikâyetlerin daha fazla hangi konularda yoğunlaştığı saptanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde en çok şikâyetin “yiyecek / içeceklerle ilgili şikâyetler” ana teması altında oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte yolcuların, “ikramların içeriğinin belirtilmemesi (dini hassasiyet ve sağlık açısından)”, “ikramların sunumu için kullanılan servis malzemelerinin sağlıksız materyallerden elde edilmiş olması”, “kabin ekiplerinin hizmet sunumu aşamasında aceleci davranması”, “çocuklar için hazırlanan ikramların görsel açıdan ilgi çekici olmayışı” konularında da çok sayıda şikâyet bulunduğu dikkat çekmektedir.

Bu araştırma hava yolu ulaşım sektöründen yararlanan tüketicilerin yorumlarının değerlendirilerek ikram hizmetleri konusunda eksikliklerin ortaya çıkarılması açısından önem taşımaktadır. Etkili bir rekabet süreci yürütmek isteyen hava yolu işletmeleri için uçak içi ikram konusunun önemli bir noktaya geldiği bilinmektedir. Bu konuda yolcu taleplerinin neler olduğunun anlaşılması ve alınacak önlemlerin talepler doğrultusunda en doğru şekilde oluşturulması açısından araştırmanın sektörde yer alan hava yolu işletmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hava Yolu İşletmeleri, İkram, Sunum, Şikâyet

Jel Kodları: L66, L91, F1

Abstract

This research evaluates online complaints about food and beverage airline companies offer. In this context, content analysis was used as a qualitative research method. Accordingly, the comments made by customers on the Tripadvisor website were analyzed and examined following the theme and sub-themes. Thus, it was determined on which subjects the complaints were concentrated more. When the findings obtained within the scope of the research were examined, it was observed that most complaints were created under the main theme of "complaints about food/beverage". On the other hand, passengers stated that "the content of the treats are not specified and "the service materials used for the presentation of the treats are obtained from unhealthy materials", "the cabin crews act in a hurry during the service delivery process", "the treats prepared for children are visually interesting.

This research is important in revealing the deficiencies in catering services by evaluating the comments of consumers benefiting from the airline transportation sector. Furthermore, it is known that the issue of in-flight catering has come to an important point for airline companies that want to carry out an effective competition process. Therefore, it is thought that the research will contribute to the airline companies in the sector to understand what the passenger demands are in this regard and to formulate the measures to be taken correctly in line with the demands.

Keywords: Catering, Airlines, Service, Complaints

Jel Codes: L66, L91, F1

Extended Abstract

Evaluation of online complaints regarding food and beverage treats served by airline companies

Literature

In the studies of Zahari, Salleh, Kamaruddin, and Kutut (2011), the service expectation is higher because the payments made to airline companies are more costly than other transportation methods. According to the research of Yao and Vink (2019), it was concluded that the taste and taste perception of passengers on high-altitude flights changes, so the offered treats should be designed by the flight type. According to the findings of Dölekoğlu, Veziroğlu and Keiyinci (2017), it was concluded that passengers tend to consume foods that can be considered snacks, such as fruit and sandwiches. The study by Seidenberg, Stelljes, Lange, Blumchen and Rietschel (2020) determined that while choosing food, passengers prefer meals that are suitable for their religious sensitivities and that do not carry the risk of allergenic food in terms of the content of the food. According to Yousaf and Xiucheng's (2018) research, airline companies providing in-flight services revealed that they should pay attention to the food and beverage service designed to meet the food needs of the passengers per their personal needs, special pathological conditions, religious beliefs and traditions. According to the research of Saha and Theingi (2009), customer satisfaction and service quality in airline companies increase in direct proportion. According to the research, passengers are reluctant to choose an airline company because they are unsatisfied with the service quality. At the same time, it may cause a loss of potential customers. According to An and Noh's (2009) research, in-flight food and beverage service is a very important factor in evaluating the service quality of the airline. For this reason, the flight crew providing in-flight service is expected to be polite, understanding, courteous and efficient. According to the results of Mills and Clay's (2001) research, passenger demands and needs are constantly changing due to the dynamic structure of the airline industry. For this reason, businesses need to keep up with the changes and follow the developments closely. In King's (2001) study, it was concluded that diet meals, gluten-free meals, meals suitable for religious understanding, children's meals, and meals suitable for special needs prevent possible customer losses. According to the research of Sundarakani, Razzak and Manikandan (2018), in-flight catering is important in developing a competitive strategy and increasing marketing and sales activities. In his study, Yabancı (2018) emphasized that catering services differ, especially in long and short-haul flights (1 hour and less) or long-haul flights (12 hours and above), and that catering services in short-haul flights are considered unimportant by most airline companies.

Research subject

This research aims to evaluate online complaints about food and beverage offerings offered by airline companies.

Research purpose and importance

This research is important in revealing the deficiencies in catering services by evaluating the comments of consumers benefiting from the airline transportation sector. Furthermore, it is known that the issue of in-flight catering has come to an important point for airline companies that want to carry out an effective competition process. In this regard, it is thought that the research will contribute to the airline companies in the sector in terms of understanding passenger demands and creating the most accurate measures in line with the demands.

Contribution of the article to the literature

This research is important in revealing the deficiencies in catering services by evaluating the comments of consumers benefiting from the airline transportation sector.

Design and method

Content analysis, one of the qualitative research methods, was used.

Research type

Research Article

Research problems

This article aims to answer the question: What are the complaints about in-flight refreshments?

Data collection method

The research universe consists of 12 airlines that are integrated into the Tripadvisor website. It is seen that the general directorate of airlines licenses 12 airline companies in Türkiye (<https://web.shgm.gov.tr>). All of these businesses were included in the study. Within the scope of the research, between December 27 2022 and January 27, 2023, 3,890 complaints were examined and evaluated under certain themes.

Quantitative/qualitative analysis

Qualitative analysis

Research model

Not Applicable

Research hypotheses

Not Applicable

Findings and discussion

It is seen that catering has an important place in making a large number of consumers around the world preferable to distribution services. Considering the customer's requests and complaints in perfecting the in-flight catering services is likely to provide an advantage in preventing them. The service and these service delivery models, which have an important place on passenger preferences, can have a positive or negative effect on the perceived brand values of the targeted companies. Complementary services have an important place on passenger preferences, and the delivery models of these services can have a positive or negative effect on the perceived brand values of airline companies.

Findings as a result of the analysis

According to the research results, the fact that other food and beverage products are not offered for sale at high prices is seen as an element of complaint for the passengers. Furthermore, considering the high number of complaints about the lack of catering on short-haul flights or the lack of catering on long-haul flights, it is seen that the main reasons for the complaints of passengers who want to consume food or drink other than refreshments are also revealed.

Hypothesis test results

Not Applicable

Discussing the findings with the literature

It is important to show the sensitivity that will allow the passengers to continue their habits, such as the diet meals they pay attention to daily and the gluten-free diet suitable for their health status during the journey. This result revealed similar results to King's (2001) study. Passenger profiles served by airline companies are of great importance in in-flight catering. The high number of complaints made by the passengers, especially in terms of sensitivity to religious issues, can be given as an example. Accordingly, it has emerged that the presentation and catering services contrary to the general characteristics of the passenger groups served should be avoided. This result reveals results that support the research of Seidenberg et al. (2020). One factor that directly affects the quality perception created by the consumers against the airline companies they prefer to spend their journeys on is the cabin crews that perform the service delivery. Accordingly, while effective communication, solution-oriented service approach, and gentle and understanding approaches positively affect satisfaction, the situation of not meeting these expectations is the subject of complaints. This situation shows similar features to the study of Saha and Theingi (2009).

Conclusion, recommendation and limitations

In the scope of the research has been observed that if the passengers do not benefit from the refreshments on short-haul flights, they create a complaint. As a result of the examination of the comments, it was seen in many complaints that the catering service should be started within the first 10 minutes of the flights remaining under 1 hour. In the complaint comments, which form the sub-theme of "The catering time is too untimely", it is seen that many complaints have been created that especially the short-haul passengers do not consume due to the catering service that starts a short time before the landing. Moreover, they are disturbed by the hasty and careless behaviour of the cabin crew trying to complete the catering service.

Results of the article

One factor that directly affects the quality perception created by the consumers against the airline companies they prefer to spend their journeys on is the cabin crews that perform the service delivery. According to this, while effective communication, solution-oriented service approach, and gentle and understanding approaches affect satisfaction positively, it is seen that the situation of not meeting these expectations is the subject of the complaint.

Suggestions based on results.

- Treats for children should be made visually interesting.
- Because the service materials used to present the treats are obtained from harmful materials, problems such as the smell of plastic and the transfer of the packaging colour to the food should be avoided.
- Refreshments should be served regardless of the flight time.
- The catering presentations should be made by calculating the departure and landing times of the aircraft very well. It should be provided in a way that is done without haste. As a result of the examination of the comments, it is understood that the expectation of catering occurs within the first 10 minutes after the plane takes off.
- In order not to cause serious health conditions, the food ingredients in the sealed packages must be included on the package.
- Baby food, gluten-free foods, celiac patients or other travellers with similar ailments should be provided with suitable foods.
- Disposable packaged consumer goods should be preferred to prevent hygiene problems that may arise in catering.

Limitations of the article

Only complaints in the Turkish language were included in the study.

Giriş

Hava yolları ikram sektörü, iki önemli sektörün kesiştiği noktada konumlanmaktadır (Kopsch, 2012). Gıda ve havacılık sektörünün bir arada yürütüldüğü bu bileşene göre her iki sektörün de kendine özgü kuralları ve uygulama biçimleri kendi içlerinde önem taşımaktadır. İki farklı disiplinin bir arada bulunduğu bu durum tüketiciler açısından büyük bir kolaylık sağlarken aynı zamanda hava yolları sektörüne yönelik ürün geliştirme süreçlerine de olumlu katkılar sunmaktadır (Hsiao ve Hansen, 2011). Havacılık sektöründe, ikram hizmetlerinin gerçekleştirilmesi sürecinde hava yolu ikram işletmelerinin ve catering işletmelerinin önemli bir etkisi vardır. Hava yolu ikram işletmeleri, uçak içi servislerin oluşturulmasına olanak sağlayacak hizmetleri bünyesinde barındıran işletmeler olarak hizmet göstermektedir (Ross, 2014). Catering firmaları ise, merkezi bir yönetim dahilinde, yiyecek ve içeceklerin tüketime hazır hale getirilmesine olanak sağlayan işletmeler olarak bilinmektedir ve hava yolu firmalarıyla anlaşarak ikram hizmeti sürecinin yürütülmesine destek olmaktadır (Sezgin ve Özkaya, 2014). Söz konusu bu firmaların müşteri portföyü genel olarak hava yolu firmalarından oluşmaktadır. Dolayısı ile hava yolu ikram firmalarının ve anlaşma sağlayan catering firmalarının gelir kaynağını aynı zamanda hava yolu firmalarının da müşterileri olduğu tüketici grupları oluşturmaktadır. Bu nedenle hava yolu firmaları ve hava yolu ikram firmaları ile catering firmaları faaliyete konu ürünün satışı, ürünü satın alan tüketicinin memnuniyeti konularında birbirleriyle sıkı bir bağ içerisinde hizmet vermektedirler (Salsa, 2012). Hava yolu ikram kavramı, hava yolu ulaşımını tercih eden yolculara yönelik sunulan ve yolculara cazip gelen her türlü yiyecek içecek servisi olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir yandan hava yolu ikram hizmetleri, rekabet açısından avantaj sağlayan bir satış yöntemi olarak bilinmektedir (Gezgiç, 2016). Hava yolu ikram işletmelerinin faaliyet alanları incelendiğinde iki farklı türde hizmet verdikleri anlaşılmaktadır. Bunlardan ilki terminalde verilen hizmetlerdir. Bu aşamada self-servis hizmeti, teknolojik tabanlı hizmet modelleri veya garson ve servis çalışanları aracılığıyla gerçekleştirilen hizmetler sunulmaktadır. Bir diğeri ise uçak içerisinde sunulan yiyecek içecek hizmetleridir. Bu hizmet anlayışında yiyecek içecek pazarlama faaliyetinin yanı sıra ikram faaliyeti de dahil olmaktadır. İkram, bir misafir veya tüketiciye yapılan tüm hizmetin herhangi bir bedel olmaksızın sunulması şeklinde tanımlanmaktadır (Koç, 2015). Hava yolu ikram işletmelerinin faaliyet özelliği, üretilen ürünlerin niteliği, kalitesi, hijyen ve standartlara uygun olma koşullarının yanında faaliyet gösterdikleri alan özelliğinden kaynaklı farklılıklar da taşımaktadır (Moskvitch, 2015). Aynı zamanda yüksek irtifada gerçekleşen uçuşların tat ve iştah duygularında değişime yol açması nedeniyle üretim şekliyle de diğer işletmelerden farklılık gösterebilmektedir. Yüksek irtifa uçuşlarında yaşanan basınç, kuru hava etkisi, oksijenin azalmasına bağlı tat ve iştah kaybı tüketim alışkanlıklarında belirgin farkların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Zahari, Salleh, Kamaruddin ve Kutut, 2011). Buna göre normal tüketim alışkanlığına bağlı olarak gelişim gösteren tat ve koku alma duyuları yüksek irtifa uçuşlarında her 10.000 metre yükseklikte %30 oranında azalmaktadır (Piqueras ve Spence, 2014). Bu noktada uçak içi ikramların tüketici açısından tatmin edici düzeyde olması için çeşitli önlemler alınması gereklidir. Alınan önlemler arasında uçak dışında bir alana kurulan mutfaklarda hazırlanan uçak içi ikramlıkların olması gerekenden daha tuzlu veya baharatlı şekilde üretilmesi gösterilebilmektedir (Jones, 2004). Bir diğer tamamlayıcı önlem ise uçuş esnasında meydana gelen su kaybına bağlı olarak sindirim problemlerine yol açacak yiyeceklerin üretilmesinden uzak durulmasıdır. Sindirimi zor yiyecekler yerine sindirimi kolay düşük porsiyonlu ikramlık yiyecekler üretilir (King, 2001). Alınan diğer bir önlem gıda güvenlik standartlarının eksiksiz uygulanmasıdır. Bu nedenle yemeklerin standartlara uygun şekilde pişirilmesi için gerçek mutfak alanları yerde oluşturulmaktadır (Lee ve Ko, 2016). Uçağa teslim edilmek üzere kişi sayısı ve özelliklerine uygun olarak pişirilen yemekler uygun koşullarda şoklama sistemleriyle soğutulur veya dondurularak bakteri oluşumunun önüne geçilmesi sağlanır (Ross, 2014). Üretim alanında uygun koşullar altında tüketime hazır hale getirilen yemekler uçak içerisinde ısıtma, çözündürme, sunum araçlarına yerleştirme türünde kısa işlemlerden sonra ikram aşamasına getirilir (Pilling, 2001). İkramların planlanması aşamaları, hava yolu şirketleri ve hava yolu ikram işletmeleri ile anlaşmalı catering işletmeleri arasında oluşturulan uçuş planları, rezervasyon sayıları, özel yolcu istekleri türünde önemli bilgi koordinasyonları aracılığıyla sağlanır. Hazırlanacak tüketim ürünleri ise hava yolu şirketlerinin sağladığı geri dönüş bilgilerinde yer alan uçak tipi, uçuş süresi, uçuş türü, hizmet edilen kitlenin genel tüketim alışkanlıkları, uçağın kalkış ve iniş zamanı bilgilerine göre oluşturulur (Yabacı, 2018).

Hava yolu sektörü ikram sürecinde tüketici memnuniyetinin sağlanması; farklı işletme anlayışının bir arada bulunması, farklı kültür ve topluluklara hizmet sağlanması, havacılık sektörünün ani değişimlere duyarlı yapısı nedenlerine bağlı olarak zorlaşmaktadır. (Bakırcı, 2012). Ancak teknolojik alanlarda ve ulaşım sektöründe yaşanan gelişmelere paralel olarak büyüme sağlayan hava yolu işletmeleri, varlıklarını sürdürebilmek, rekabetçi yapıyla mücadele edebilmek için tüketici memnuniyetini yakalamak zorunda kalmıştır ("Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği", 2023).

Bu noktada rekabet avantajı kazanmak isteyen hava yolu şirketleri hizmet çeşitlendirme süreçlerine yiyecek içecek ikramlarını da dahil ederek ürün çeşitlendirme ve tercih edilebilirlik noktasında diğer rakiplerine karşı üstünlük sağlama amacı taşımaktadır (Chen, 2008). İşletmelerin rekabet avantajı kazanma isteklerini yerine getirmeleri konusunda diğer rakiplerine karşı üst düzey başarı göstermesine olanak sağlayacak performans gücüne sahip olmaları, iletişim ve ilişkiler alanında uzmanlık becerisi göstermeleri beklenmektedir (Küçükergin, 2012). Diğer bir anlamda rekabet avantajı, organizasyonun tüketiciler ve diğer çevresel faktörlere ilişkin bugünün ötesinde düşünebilme, eyleme geçebilme yeteneğiyle ilişkilendirilmektedir (Lee ve Carter 2005). Müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik kazanç elde etmek isteyen her işletme gibi hava yolu işletmeleri de hizmet anlayışlarına üst düzey bir bakış açısı geliştirmek zorunda kalmıştır (Çam, 2009). Müşteri memnuniyetine bağlı olarak uçaklarda sunulan hizmetlerin tamamlayıcısı niteliğinde görülen uçak içi ikram hizmetleri, rekabet avantajı sağlamaya yardımcı olacak önemli faktörler arasında yer almaktadır (Tsaur, Chang ve Yen, 2002). Buna göre hava yolu şirketlerinin, hizmet anlayışlarını geliştirirken tüketici geri dönüşleri ve beklentilerine uygun kararlar almak zorunda oldukları düşünülmektedir.

Bu araştırmanın amacı hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik yapılan çevrim içi şikâyetlerin değerlendirilmesidir. Bu sayede yolcuların uçak içi sunulan ikramlar konusunda beklentilerinin neler olduğunun anlaşılmasıyla hizmet sürecine yönelik faydalı bilgilerin elde edilmesine olanak sağlanmıştır. Amaç kapsamında incelenen şikâyet yorumlarının daha çok hangi alanlarda yoğunlaştığının tespit edilmesine bağlı olarak hava yolu şirketlerinin uçak içi ikram hizmetlerini iyileştirme süreçlerine olumlu yönde katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Literatür taraması

Zahari vd. (2011) çalışmalarında hava yolu şirketlerine yapılan ödemelerin diğer ulaşım yöntemlerine göre daha fazla maliyetli olması nedeniyle hizmet beklentisinin daha yüksek olduğu sonucunun ortaya çıktığı görülmektedir. Yao ve Vink (2019), araştırmalarına göre yüksek irtifa uçuşlarında yolcuların tat ve lezzet algısının değişim gösterdiğini bu nedenle sunulan ikramlıkların uçuş şekline uygun olarak tasarlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Dölekoğlu, Veziroğlu ve Keiyinci (2017) çalışmalarında ortaya çıkan bulgulara göre yolcuların meyve, sandviç şeklinde aperatif sayılabilecek yiyecekleri tüketme eğilimlerinin daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Seidenberg, Stelljes, Lange, Blumchen ve Rietschel (2020) çalışmasında yolcuların yiyecek seçimi yaparken, dini hassasiyetlerine uygun, yiyeceklerin içeriği konusunda alerjen gıda riski taşımayan yemeklere yöneldikleri tespit edilmiştir. Saha ve Theingi (2009) araştırmalarına göre hava yolu şirketlerinde müşteri memnuniyeti ve servis kalitesi doğru orantılı bir artış izlemektedir. Söz konusu araştırmaya göre yolcular hizmet kalitesinden memnun kalmadığı hava yolu şirketini tekrar tercih etme noktasında çekimser davranmakta aynı zamanda potansiyel müşteri kaybına neden olabilmektedir. Yousaf ve Xiucheng (2018) araştırmalarına göre uçak içi hizmet sunan hava yolu şirketleri, yolcuların kişisel ihtiyaçlarına, patolojik özel durumlarına, dini inanışlar ve geleneklerine uygun yemek ihtiyaçlarını karşılamak üzere tasarlanmış yiyecek içecek servisine özen göstermeleri gerekliliğini ortaya koymuştur. An ve Noh (2009) araştırmasına göre uçak içi yiyecek içecek servisi hava yolu işletmesinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi konusunda çok önemli bir faktördür. Bu nedenle uçak içi hizmet sunan uçuş ekibinin kibar, anlayışlı, nazik ve hizmet sunma noktasında verimli olması beklenmektedir. Mills ve Clay (2001) araştırmalarında ortaya çıkan sonuca göre hava yolu endüstrisinin dinamik yapısı gereği yolcu istek ve ihtiyaçları sürekli değişim göstermektedir. Bu nedenle işletmelerin değişimlere ayak uydurması ve gelişmeleri yakından takip etmesi önemli görülmektedir. King (2001) yaptığı çalışmada diyet yemekleri, glutensiz yemekler, dini anlayışa uygun yemekler, çocuk yemekleri, özel gereksinimlere uygun yemeklerin karşılanması olası müşteri kayıplarının önüne geçtiği sonucuna varılmıştır. Sundarakani, Razzak ve Manikandan (2018) araştırmalarına göre uçak içi yiyecek içecek hizmetleri rekabetçi strateji geliştirmek, pazarlama ve satış faaliyetlerini arttırmak açısından önemli bir faktördür. Yabancı (2018), çalışmasında uzun ve kısa mesafeli uçuşlarda özellikle (1 saat ve altı) veya uzun mesafeli uçuşlarda (12 saat ve üstü) ikram hizmetlerinin farklılık gösterdiğini ve kısa mesafeli uçuşlarda ikram hizmetlerinin çoğu hava yolu firması tarafından önemsiz görüldüğünü vurgulamıştır.

Yöntem

Bu araştırmanın amacı hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik yapılan çevrim içi şikâyetlerin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemi, herhangi bir araştırma konusu üzerine yazılan veya söylenen bilgilerin toplanarak nicelleştirilmesi ve kategorileştirilmesi amacını taşımaktadır. İçerik analizine uygun olarak oluşturulan araştırmalarda, verilerden sağlanan bilgilerin objektif olarak değerlendirilebilmesi amacıyla içerikler belirli kategorilere ayrılarak incelenir (Burstein ve Calcaterra, 1985). Hepkul' a (2002) göre içerik analizi, doküman türünde kanıt niteliği taşıyan belgelerin bilimsel

yöntemler uygulanması süreci olarak ifade edilmektedir İçerik analizi yöntemi Koçak ve Özgür (2006) göre araştırma kapsamında oluşturulan işaretlerin sınıflandırılması ve bu işaretlerin hangi yargıları içerdiğinin ortaya konulabilmesi için oluşturulan kurallar ile araştırma dokümanlarının bilimsel rapor olarak değerlendirmesini sağlamaktadır.

Araştırmanın evreni Tripadvisor internet sitesine entegre olarak hizmet veren 12 hava yolu işletmesinden oluşmaktadır. Hava yolu işletmeleri genel müdürlüğü tarafından ruhsatlandırılan 12 hava yolu işletmesinin olduğu görülmektedir (“Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü”, 2022). Bu işletmelerin tamamı araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında 27 Aralık 2022 - 27 Ocak 2023 tarihleri arasında 3.890 şikâyet incelemeye alınmıştır ve belirli temalar altında değerlendirilmiştir. Temaların oluşturulmasında Yabancı (2018) çalışmasından yararlanılmıştır. Buna göre 3 ana tema (yiyecek/içeceklerle ilgili şikâyetler, kabin ekibiyle ilgili şikâyetler, servisle ilgili şikâyetler) ve 18 alt tema kullanılmıştır. Şikâyetlerin değerlendirilmesi aşamasında 4 yeni tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar, “ikramların içeriğinin belirtilmemesi (dini hassasiyet ve sağlık açısından)”, “çocuklar için hazırlanan ikramların görsel açıdan ilgi çekici olmayışı”, “ikramların sunumu için kullanılan servis malzemelerinin sağlıksız materyallerden elde edilmiş olması”, “kabin ekiplerinin hizmet sunumu aşamasında aceleci davranması” şeklinde sıralanmaktadır.

Araştırma verilerinin halka açık internet sitesinden elde edilmesi ve yorum yapan kullanıcıların isimlerinin paylaşılmaması nedeniyle etik kurul izni gerektirmemektedir. Şikâyetlerin incelenmesi sürecinde sadece Türkçe yorumların incelemeye alınması araştırmanın kısıtları arasında gösterilebilmektedir.

Bulgular

Bu kısımda hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik şikâyetlerin ana temalara göre dağılımları ve hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik şikâyetlerin alt temalara göre dağılımları tablolar halinde verilmektedir.

Tablo 1: Hava Yolu Şirketlerinde Sunulan Yiyecek İçecek İkramlarına Yönelik Şikâyetlerin Ana Temalara Göre Dağılımları

Ana temalar	Frekans	(%)
Yiyecek / İçeceklerle İlgili Şikâyetler	2202	56,60
Kabin Ekibiyle İlgili Şikâyetler	1033	26,55
Servisle İlgili Şikâyetler	655	16,83
Toplam	3890	100

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik şikâyetlerin ana temalara göre dağılımları Tablo1’de gösterilmiştir. Tablo1 incelendiğinde en çok şikâyetin 2202 (%56,60) şikâyet ile “yiyecek / içeceklerle ilgili şikâyetler” ana temasında olduğu gözlenmektedir. Bunu 1033 (%26,55) şikâyet ile “kabin ekibiyle ilgili şikâyetler” ana teması ve 655 (%16,83) şikâyetle “Servisle ilgili şikâyetler” ana teması takip etmektedir.

Tablo 2: Hava Yolu Şirketlerinde Sunulan Yiyecek İçecek İkramlarına Yönelik Şikâyetlerin Alt Temalara Göre Dağılımları

Ana Temalar	Alt Temalar	Frekans	(%)
Yiyecek / İçecek İlgili Şikâyetler	İkram dışı yiyecek ve içecek ücretlerinin çok yüksek olması	331	15,03
	Kısa mesafeli uçuşlarda ikramın olmaması	312	14,16
	Uzun mesafeli uçuşlarda sunulan ikramın yetersiz görülmesi	309	14,03
	İkramlarda hijyen sorunu	230	10,44
	İkramların geç veya erken sunulması	216	9,80
	Özel ikram seçeneği olmaması (vejetaryen, glutensiz, bebek yemeği, diyabetik)	159	7,22
	İkramlarda porsiyonun az olması	157	7,12
	İkramların çok soğuk veya çok sıcak olması	143	6,49
	İkram çeşitlerinin azlığı	133	6,03
	İkram zamanının çok geç veya çok erken olması	111	5,04
	İkram çeşitlerinin kalitesizliği	101	4,58
	Toplam	2202	100
Kabin Ekibiyle İlgili Şikâyetler	Kabin ekiplerinin hizmet sunumu aşamasında aceleci davranması	307	29,71
	Kabin ekiplerinin servis hızının yavaşlığı	177	17,13
	Kabin ekiplerinin ikramlarla ilgili sorunlara karşı çözüm sunmaması	163	15,77
	Kabin ekiplerinin ilgisiz oluşu	145	14,03
	Kabin ekiplerinin eksik ikram hizmeti sağlaması	121	11,71
	Kabin ekiplerinin özensiz davranması	120	11,61
		Toplam	1033
Servisle İlgili Şikâyetler	İkramların sunumu için kullanılan servis malzemelerinin eksikliği	232	35,41
	Çocuklar için hazırlanan ikramların görsel açıdan ilgi çekici olmayışı	131	19,99
	İkramların içeriğinin belirtilmemesi (dini hassasiyet ve sağlık açısından)	103	15,72
	İkramların sunumu için kullanılan servis malzemelerinin sağlıksız materyallerden elde edilmiş olması	102	15,57
	İkram servisi materyallerinin temiz olmaması	87	13,28
		Toplam	655

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 2’de hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik şikâyetlerin alt temalara göre dağılımları verilmiştir. Buna göre “yiyecek / içecek ilgili şikâyetler” ana temasına ait “ikram dışı yiyecek içecek ücretlerinin çok yüksek olması” alt temasında 331 (%15,03) şikâyet oluşturulduğu görülmektedir. “Kısa mesafeli uçuşlarda ikramın olmaması” alt teması 312 (%14,16) şikâyet sayısı ile ikinci sırada gelmektedir. “Uzun mesafeli uçuşlarda sunulan ikramın yetersiz görülmesi” alt temasının ise 309 (%14,03) şikâyet sayısı ile üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. “Kabin ekibiyle ilgili şikâyetler” ana temasına ait alt temalar arasında “kabin ekiplerinin hizmet sunumu aşamasında aceleci davranması” alt teması 307 (%29,71) şikâyet ile ilk sırada gelmektedir. Bu alt temayı “kabin ekiplerinin servis hızının yavaşlığı” alt teması 177 (%17,13) şikâyet sayısı ile ikinci sırada takip etmektedir. “Kabin ekiplerinin ikramlarla ilgili sorunlara karşı çözüm sunmaması” alt teması ise 163 (%15,77) şikâyet sayısı ile üçüncü sırada yer almaktadır. “Servisle ilgili şikâyetler” ana temasına ait alt temalardan “ikramların sunumu için kullanılan servis malzemelerinin eksikliği” alt temasın 232 (%35,41) şikâyet sayısı ile en çok şikâyet alan alt tema olduğu gözlenmektedir. “Çocuklar için hazırlanan ikramların görsel açıdan ilgi çekici olmayışı” alt teması 131 (%19,99) ile ikinci sırada yer almaktadır. “İkramların içeriğinin belirtilmemesi (dini hassasiyet ve sağlık açısından)” alt temasının ise 103 (%15,72) şikâyet sayısı ile üçüncü sırada geldiği görülmektedir.

Tartışma ve sonuç

Bu araştırmada hava yolu şirketlerinde sunulan yiyecek içecek ikramlarına yönelik yapılan çevrim içi şikâyetler incelenmiştir. Dünya genelinde çok sayıda hava yolu şirketlerinin tamamlayıcı hizmetlerle tercih edilebilir konuma gelmesinde hava yolu ikram hizmetlerinin önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Uçak içi ikram servislerinin kusursuz hale getirilmesinde tüketici istek ve şikâyetlerinin dikkate alınması olası muhtemel sorunların önüne geçme konusunda avantaj sağlayabilmektedir. Yolcu

tercihleri üzerinde önemli yere sahip olan tamamlayıcı hizmetler ve bu hizmetlerin sunum modelleri hava yolu firmalarının algılanan marka değerleri üzerinde olumlu veya olumsuz etki oluşturabilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre ikram dışı tutulan diğer yiyecek içecek ürünlerinin yüksek fiyatlı olarak satışa sunulması yolcular açısından bir şikâyet unsuru olarak görülmektedir. Özellikle kısa mesafeli uçuşlarda ikram olmaması veya uzun mesafeli uçuşlarda ikramın yetersiz görülmesi konularında oluşan şikâyetlerin fazlalığı dikkate alınırca ikramlar dışında yiyecek veya içecek tüketmek isteyen yolcuların şikâyetlerinin temel nedenlerinin de ortaya çıktığı görülmektedir. Buna göre yolcuların kısa mesafeli uçuşlarda ikramlardan yararlanmaması durumunda şikâyet oluşturduğu gözlemlenmiştir. Yorumların incelenmesi sonucunda 1 saatin altında kalan uçuşlarda yolcuların ilk 10 dakika içerisinde ikram servisinin başlatılması gerektiğinin birçok şikâyette belirtildiği görülmüştür. "İkram zamanının çok geç veya çok erken olması" alt temasını oluşturan şikâyet yorumlarında özellikle kısa mesafeli uçuş yolcularının inişe az bir zaman kala başlayan ikram hizmeti nedeniyle tüketimlerini gerçekleştirmedikleri, ikram servisini tamamlamaya çalışan kabin ekiplerinin aceleci ve özensiz davranışlarından rahatsız oldukları yönünde birçok şikâyet oluşturulduğu görülmektedir. Kabin ekibi ile ilgili şikâyetler ana temasında yer alan "kabin ekiplerinin hizmet sunumu aşamasında aceleci davranması" temasının şikâyet yoğunluğu söz konusu durumu destekler niteliktedir. Uzun mesafeli uçuşlarda içerik bakımından veya ikram sayısı bakımından yetersiz görülen ikram hizmetleri de şikâyet edilen konular arasında yer almaktadır. Bu bulgu Yabancı'nın (2018) çalışmasıyla benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu durumda yolcular, hava yolu firmalarından uçak içi ikramlar konusunda uçuş türü veya süresine bakılmaksızın faydalanmak istemektedirler. Aynı zamanda yolcular tarafından ikramların uçuş mesafelerine göre ihtiyaca yönelik olarak tekrarlanması da beklenmektedir. Yolculuk tercihlerini hava yolu firmalarından yana kullanan tüketicilerin yüksek fiyatlar ödemelerine bağlı olarak kalite algılarının da yükseldiği bilinmektedir. Bu durum özel ihtiyaçlara uygun hizmet beklentisi, kaliteli ürünler kullanılarak hazırlanmış gıda içerikleri, ikramlarda çeşitlilik, çocuklara yönelik özenli ikramlar, hizmet sunum aşamasında nezaket ve iyi hizmet alma beklentisi de beraberinde getirmektedir. Şikâyetlerin hizmet kalitesi konusunda yaşanan sıkıntılar, ikram çeşitliliğinin az olması, ikram çeşitlerinin kalitesizliği türünde konularında yoğunlaşması bu durumun fark edilmesini sağlamaktadır. Ortaya çıkan bu sonuç Zahari vd. (2011) araştırma sonuçlarıyla benzer bulgular ortaya koymaktadır. Diğer yönden ikramların kalitesi kadar yolcuların kişisel tercih ve özel durumlarına uygunluğu da son derece önem taşımaktadır. Bu konulara yönelik oluşturulan şikâyetlerin önemli birer gösterge olduğu anlaşılmaktadır. Yolcuların gündelik hayatlarında dikkat ettikleri diyet yemekler, sağlık durumlarına uygun glutensiz beslenme türünde alışkanlıklarının yolculuk sırasında devam etmesine olanak sağlayacak hassasiyetin gösterilmesi önem taşımaktadır. Bu sonuç King (2001) çalışmasıyla paralellik gösteren sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Hava yolu firmalarının hizmet verdiği yolcu profilleri uçak içi ikram sunumlarında büyük önem taşımaktadır. Özellikle dini konulara hassasiyet noktasında yolcuların oluşturdukları şikâyetlerin sayıca fazla olması bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Buna göre hizmet sunulan yolcu gruplarının genel özelliklerine aykırı sunum ve ikram hizmetlerinden kaçınılması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Seidenberg vd. (2020) araştırmasını destekler nitelikte sonuçlar ortaya koymaktadır. Tüketicilerin yolculuklarını geçirmek için tercih ettikleri hava yolu şirketlerine karşı oluşturdukları kalite algısını doğrudan etkileyen faktörlerin başında hizmet sunumunu gerçekleştiren kabin ekipleri gelmektedir. Buna göre etkili iletişim, çözüm odaklı hizmet anlayışı, nazik ve anlayışlı yaklaşımlar memnuniyeti olumlu yönde etkilerken bu beklentilerin karşılanmaması durumunun şikâyet konusu olduğu görülmektedir. Bu durum, Saha ve Theingi (2009) çalışmasıyla benzer özellikler göstermektedir.

Öneriler

- Çocuklara yönelik ikramların görsel açıdan ilgi çekici hale getirilmesi sağlanmalıdır.
- İkramların sunumu için kullanılan servis malzemelerinin sağlıksız materyallerden elde edilmiş olması nedeniyle plastik kokusu, ambalaj renginin yiyeceğe geçmesi gibi sorunların önüne geçilmelidir.
- Uçuş süresi gözetilmeksizin ikram sunumu yapılmalıdır.
- İkram sunumları uçağın kalkış ve iniş saatlerine uygun şekilde hesaplanarak acele edilmeden yapılacak şekilde sağlanmalıdır. şikâyetlerin incelenmesi sonucu uçağın havalanmasından sonra ilk 10 dakika içerisinde ikram beklentisinin olduğu anlaşılmaktadır.
- Sağlık problemlerine neden olmaması için ambalajlı gıda ürünlerinin üzerlerinde içerik bilgisi mutlaka yer almalıdır.
- Bebek maması, glutensiz gıdalar, çölyak hastaları veya benzer rahatsızlık gösteren diğer yolculara uygun gıdalara yer verilmelidir.

- İkramlarda ortaya çıkabilecek hijyen sorunun önüne geçilmesi için tek kullanımlık ambalajlı tüketim eşyaları tercih edilmelidir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The authors declared that this study has received no financial support.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım- *Idea/Concept/Design*: D.K, K.G. Veri Toplama ve/veya İşleme- *Data Collection and/or Processing*: D.K, K.G Analiz ve/veya Yorum- *Analysis and/or Interpretation*: D.K, K.G Kaynak Taraması- *Literature Review*: D.K, K.G. Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: D.K, K.G. Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: D.K, K.G Onay - *Approval*: D.K, K.G.

Kaynakça / References

- An, M. ve Noh, Y. (2009). Airline customer satisfaction and loyalty: impact of in-flight service quality. *Service Business*, 3(3), pp. 293-307.
- Bakırcı, M. (2012). Ulaşım coğrafyası açısından Türkiye’de hava yolu ulaşımının tarihsel gelişimi ve mevcut yapısı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (25), ss. 340-377.
- Burstein, F. D., ve Calcaterra, T. C. (1985). Supraglottic laryngectomy: series report and analysis of results. *The Laryngoscope*, 95(7), pp. 833-836.
- Chen, C., F. (2008). Investigating structural relationship between service quality perceived value, satisfaction and behavioral intention for. *Transportation Research, Part A*, 42, pp. 709-717.
- Çam, M. (2009). Konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek maliyet kontrolünün önemi ve Akdeniz Bölgesindeki konaklama işletmelerinde bir anket çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), ss. 503-524
- Dölekoğlu, C. Ö., Veziroğlu, P. ve Keiyinci, S. (2017). Yolcuların uçak içi ikramların gıda güvenliği ve gıda kalitesine olan algıları ve davranışlarının analizi. *Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15, ss. 296-306.
- Gezgiç, O. (2016). *Hava yolu işletmelerinde uçuş operasyon kontrol merkezlerinin stratejik ve ekonomik etkilerinin incelenmesi: bir uygulama örneği* (Yüksek lisans tezi). İşletme anabilim dalı, İstanbul Arel Üniversitesi.
- Hepkul, A. (2002). Bir sosyal bilim araştırma yöntemi olarak içerik analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), ss. 1-12.
- Hsiao, C. Y. ve Hansen, M. (2011). A passenger demand model for air transportation in a hub-and-spoke network. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 47(6), pp. 1112-1125.
- Jones, P. (2004). The role of the chief in flight catering. *Tourism and Hospitality Research*, 5(3), pp. 269-271.
- King, T. (2001). Inflight catering. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), pp. 181-184.
- Koç, N. (2015). *Yiyecek İçecek Yönetiminde Performans Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koçak, A. ve Özgür, A.(2006). İçerik analizi çalışmalarında örnekleme sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.

- Kopsch, F. (2012). A demand model for domestic air travel in Sweden. *Journal of Air Transport Management*, 20, pp. 46-48.
- Küçükergin, K. G. (2012). *Müşteri sadakatinin oluşum sürecine müşteri tatmini ve ataletin etkisi: yiyecek- içecek işletmelerine yönelik bir uygulama* (Yüksek lisans tezi). Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Lee, J. ve Ko, S. (2016). Effect of the in-flight meal service quality on the customer value and loyalty. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(26), pp. 1-6
- Lee, K. ve Carter, S. (2005.). *Global Marketing Management: Changes, Challenges and New Strategies*. London: Oxford University Press Inc.
- Mills, J. E. ve Clay, J. M. (2001). The Truth-in-Menu Law and restaurant consumers. *Foodservice Research International*, 13(2), pp. 69-82.
- Moskvitch, K. (2015). Why does food taste different on planes? BBC Future. <http://www.bbc.com/future/story/20150112-why-in-flight-food-tastes-weird>. Adresinden erişilmiştir.
- Pilling, M. (2001). Food for Thought. *Airline Business*, Jan, pp. 48-50.
- Piqueras, F., B. ve Spence, C. (2014). Colour, pleasantness, and consumption behaviour within a meal. *Appetite*, 75, pp. 165-172.
- Saha, G. C. ve Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioral intentions: A study of low cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality*, 19, pp. 350-372.
- Salsa, H. (2012). *İş güçlüklerinin iş gören devir hızına etkisi: yiyecek içecek işletmeleri üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Seidenberg, J., Stelljes, G., Lange, L., Blumchen, K. ve Rietschel, E. (2020). Airlines provide too little information for allergy sufferers. *Allergo Journal International*, 29(8), pp. 262-279.
- Sezgin, A. C. ve Özkaya, F. D. (2014). Toplu beslenme sistemlerine genel bir bakış. *Akademik Gıda*, 12(1), pp. 124-128.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Raporları. (2022). Erişim adresi: <https://web.shgm.gov.tr/>
- Sundarakani, B., Razzak, A., ve Manikandan, S. (2018). Creating a competitive advantage in the global flight catering supply chain: a case study using SCOR model. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 21(5), pp. 481-501.
- Tsaur, S. H., Chang, T. Y. ve Yen, C. H. (2002). The evaluation of airline service quality by fuzzy MCDM. *Tourism Management*, 23(2), pp. 107-115.
- Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği. (2023). Erişim adresi: <https://www.utikad.org.tr/>
- Yabacı, F. (2018). *Hava yolu ulaştırma işletmelerinin tercih edilmesinde yiyecek-içecek hizmet kalitesinin rolüne ilişkin bir araştırma (THY örneği)* (Yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yao, X., ve Vink, P. (2019, August). A survey and a co-creation session to evaluate passenger contentment on long-haul flight, with suggestions for possible design improvements to future aircraft interiors. In Proceedings of the International Comfort Congress.
- Yousaf, S., ve Xiucheng, F. (2018). Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis. *Tourism Management*, 68, pp. 423-443.
- Zahari, M., Salleh, N. K., Kamaruddin, M. S. Y. ve Kutut, M. Z. (2011). In-flight meals, passengers' level of satisfaction and re-flying intention. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 60(12), pp. 13