

A DEBRECENI REPÜLŐTÉREN VÉGZETT ELÉGEDETTSÉGMÉRÉS BEMUTATÁSA

MEASURING CUSTOMER SATISFACTION AT THE AIRPORT DEBRECEN

PALATINUS BRIGITTA PhD-hallgató

DE Gazdaságtudományi Kar Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet

Abstract

Now days in the business world quality has been raised. It is also true in the field of tourism, where the visitors expect value, therefore the quality of service influences satisfaction. There are scheduled flights between Debrecen and London since June, 2012. Due to this the passenger traffic and number of foreign visitors to Debrecen increased. The personal experience of visitors, their satisfaction or dissatisfaction are stored as memories, which will effect their future decision making, regarding travel. The main reason of my research is to make a survey of the services that are taken by foreign visitors arriving in Debrecen, and their satisfaction regarding these services. The continuation of research from the information gathered from the questionnaires is a continuous development, which outlines the services used by foreign visitors, lightens up the problematic fields and guides to solve or reorganize these problematic areas in order to increase visitors satisfaction.

1. Bevezetés

Napjainkban, az üzleti életben a minőség felértékelődött. Igaz ez a turizmus területén is, ahol a látogató értéket vár el, így a szolgáltatás minősége befolyásolja az elégedettséget. Debrecen és London között 2012 júniusa óta van menetrend szerinti repülőjárat. Az utasforgalom valamint a városba érkező külföldiek száma ennek köszönhetően az elmúlt időszakban növekedni kezdett. Az elmúlt két évben a Debreceni Repülőtér utasforgalma növekedő tendenciát mutatott, ami a menetrendszerinti Wizz Air járatoknak köszönhető. A 2013-as év végére az éves utasforgalom majdnem elérte a 130 ezer főt, ami a 2012-es közel 48 ezer főhöz viszonyítva jelentős növekedésnek tekinthető. Veres és társai (2011) véleménye szerint egy reptér „milyensége” nagy súllyal hozzájárul egy térségről kialakított kép milyenségéhez, mivel ahhoz köthető a várossal kapcsolatos első benyomás és az utolsó is. Továbbá a kedves kiszolgálás, a pontos szervezés, odafigyelés és a reptéri környezet szerepet játszik abban, hogy egy látogató visszatérjen adott desztinációba, esetleg ajánlja további ismerőseinek.

2. Kutatás célkitűzése

Az általam végzett kutatás célja a városba érkező külföldiek által igénybe vett szolgáltatások feltérképezése és a szolgáltatásokkal kapcsolatban tapasztalt elégedettség megismerése. A kutatás jövőbeni folytatása a begyűjtött kérdőívekből kapott információk alapján egy olyan folyamatstruktúra kialakítása, amely felvázolja a repülőgéppel érkező külföldi látogatók által igénybe vett szolgáltatásokat, rávilágít a problémás területekre és

iránymutatást ad a problémás folyamatok lehetséges átszervezésére a látogatók elégedettségének növelése céljából. Kutatások bizonyítják, hogy erős kapcsolat létezik a szolgáltatások minősége és a fogyasztói szándék között, a szolgáltatások minősége közvetlen és/vagy közvetett hatást gyakorol a fogyasztói hajlandóságra a fogyasztói elégedettségen keresztül.¹ Jelen tanulmányban a 2014. év január és május közötti időszak alatt begyűjtött kérdőívek látogatók jellemzőire vonatkozó eredményeit mutatom be. Az eredmények között ismertetésre kerül a városban tartózkodásuk ideje alatt igénybe vett szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettség mérés során kapott elsődleges eredmények, amelyek indokolják az adatok részletesebb és mélyebb elemzését az elkövetkező időszakban. A kvalitatív kutatás keretében 178 fő megkérdezésére került sor strukturált kérdőív segítségével. Tekintettel arra, hogy a kutatás célja elsősorban a városban eltöltött idő vizsgálata volt, az adatfelvétel a külföldi utasok körében, angol nyelven történt.

3. Anyag és módszer

A kutatás célja, hogy információt szerezzenek a városba légi úton érkező külföldi látogatók jellemzőiről és a tartózkodási idejük alatt igénybe vett szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettségükről. Az alkalmazott kérdőív kérdéseit egyaránt jellemzik nyitott, zárt és értékelő kérdések. A megkérdezettek véleményét, elégedettségét 5 pontos érték skálával vizsgálom. Az érték skála lehetőséget biztosít az összehasonlító vizsgálatok elvégzésére.² Az ötszintes intenzitás skála alkalmazása a leginkább célra vezető, mert a több szintes értékelési lehetőségtől sem várható árnyaltabb értékelés. A pontozás sorrendi módszer, ami rangsort ad meg és ez Tomcsányi (2000) megállapítása szerint a leggyakrabban használt minősítési rendszer. A turisztikai szolgáltatások minőségének megítélésére a kutatók skálatechnikát alkalmaznak, mert így lehetőség van a későbbiekben a szolgáltatások rangsorolására, a versenytársak összehasonlítására.³ A primer kérdőíves kutatás helyszíne a Debreceni Repülőtér váróterme, a biztonsági előírásoknak megfelelően, a repülőtér vezetősége által engedélyezett módon. A megkérdezés alapfeltétele a határőrség által kiadott határátlépési engedély megléte.

3.1. Vizsgált személyek köre

A vizsgált személyek körét a külföldi állampolgárságú látogatók képezik, akik a városban bizonyos számú napot eltöltenek. Ez a szempont alapján az utasforgalmi adatokból kizárásra kerültek a magyar-, román-, ukrán- és szlovák állampolgárságú személyek, mivel ők csak átutaztak a városon és a repülőtéren keresztül jutnak el a kiválasztott országba, városba. Ennek ellenére nem sikerült kizárni teljes mértékben az átutazó utasokat, mivel több esetben előfordult, hogy nem Debrecen volt a brit nemzetiségű látogató cél állomása.

A minta meghatározása során jelentkezett probléma, hogy a Debrecen-Eindhoven között közlekedő járatokat illetően nincs adat az utasok állampolgárság szerinti összetételéről. Ez a hiányosság nem csak az én kutatásomnál problematikus. Kovács (2012) szerint az EU-n belüli határellenőrzések megszűnése óta a turistaforgalom volumenének becsléseken alapuló meghatározása miatt ezen adatok megbízhatósága korlátozott és a turista forgalom nagyságának a jellemzésére nem alkalmasak, főleg a belföldi turizmus figyelmén kívül hagyása miatt. Jelen esetben a belföldi turizmus a kutatás szempontjából nem releváns. A fent említett probléma miatt a kutatást a London-Debrecen útvonalra korlátoz-

tam, ahol az útlevelkezelésnek köszönhetően, negyedéves KSH adatok alapján meghatározható az utasforgalom állampolgárság szerinti összetétele.

Gilyán (2008) többek között a légiutas-forgalom egyik kedvező jellemzőjeként említi azt a tényt, hogy a közúti forgalmat nagyban meghatározó határ menti, ingázó és átutazó forgalom hiányzik. Az általam vizsgált esetben ennek az ellentéte jelentkezik, mivel az utasforgalmat, ha a 2013-as évet nézzük, akkor az átutazó illetve a határ menti, ingázó forgalommal jellemezhető nagymértékben (85–90%) a teljes utaslétszám. A városba látogató külföldiek száma, akik turisztikai céllal érkeztek, az elmúlt évben csak 10–15%-a Debrecen-London között megvalósított utasforgalomnak. A 2014-es évben vizsgált két hónapra vonatkozóan a 1. táblázat tartalmazza a Debrecen–London között megvalósított utasforgalomra vonatkozó nemzetiség szerinti eloszlást. Jelen tanulmány készítésekor még nem állnak rendelkezésre az április és májusi utasforgalom nemzetiség szerinti eloszlására vonatkozó adatok.

1. táblázat. Induló és érkező utasok nemzetiség szerinti összetétele 2014-ben, Debrecen–London

Table 1. Composition of departing traffic passengers by nationalities in 2014, Debrecen–London

	Január		Február		Március	
	Fő	%	Fő	%	Fő	%
Kiutazók	2541	91,24%	2200	88,78%	2434	89,65%
Magyar	1609	57,77%	1750	70,62%	1918	70,64%
Román	915	32,85%	429	17,31%	507	18,67%
Szlovák	10	0,36%	17	0,69%	7	0,26%
Ukrán	7	0,25%	4	0,16%	2	0,07%
Beutazók	244	8,76%	278	11,22%	281	10,35%
Brit	198	7,11%	207	8,35%	209	7,70%
Egyéb*	46	1,65%	71	2,87	72	2,65%
Összesen	2785	100%	2478	100%	2715	100%

Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés

* Egyéb nemzetiségek: francia, görög, ír, izlandi, svéd, izraeli, nepáli, ghánai és továbbiak.

A vizsgált hónapokban, a városba látogató külföldiek száma, akik turisztikai céllal érkeztek a városba, 10–15%-a Debrecen–London között megvalósított utasforgalomnak. A kérdőíves megkérdezés időkorláthoz kötött, a vizsgált járatok esetében 45 perc állt rendelkezésemre az adatgyűjtés elvégzésére. A külföldi látogatók felismerésében a jegykezelést végző reptéri személyzet volt segítségemre, a jegyen feltüntetett név, útlevel valamint angol nyelven való kommunikáció alapján történt a külföldi látogatók beazonosítása. Az utasforgalom összetételét illetően az állampolgárságon kívül semmilyen információ nem állt rendelkezésre. Nincs adat arról, hogy milyen a demográfiai összetétel ez miatt a kvótás mintavétel nem volt alkalmazható. Ezért a vizsgált időszakban véletlen mintavételt alkalmaztam, ahol az elégedettség mérés mellett cél az alapsokaság megismerése volt.

3.2. Az alkalmazott kérdőív bemutatása

Az elkészített és január óta alkalmazott kérdőív két fő részre tagolható. Az első részben a látogatók utazási jellemzőire irányuló kérdések találhatóak meg. Ebben a részben összesen tizenegy kérdés van, nyitott és zárt kérdések formájában. A kérdések közül fontos kiemelni az utazási motivációt, ami meghatározza az igénybe vett szolgáltatások körét, mivel ezek különbözőek egy turistánál, aki városlátogatás miatt érkezett a városba, vagy egy üzletemberről, aki konferenciára érkezett.

A kérdőív második felében kapott helyet a látogató elégedettség mérése az igénybe vett szolgáltatási folyamatokat illetően. Morvay és Daruka (2009) szerint, a turisztikai szolgáltatások esetében mind az igénybevevő, mind a szolgáltató kockázatérzete magas, mivel a szolgáltatás az igénybevételi folyamat során nem javítható, megismételhetetlen. Ebből adódóan a kívánt eredmény, vagyis a látogató elégedettségének elérése sokkal nehezebb feladat a szolgáltatásoknál, mint a fizikai termékek esetében. Kenesei és Kolos (2007) meghatározása alapján a szolgáltatások és fizikai termékek között az alapvető különbség, hogy a szolgáltatásokat nem lehet kézbe venni, vagyis nem tárgyakról van szó, hanem teljesítményekről, folyamatokról, cselekedetokről. Az elégedettséget kilenc dimenzióra osztottam fel, amely egy-egy szolgáltatást jelöl és az 1. Ábra mutat be. A kilenc dimenzió mindegyike mérőszámokkal, vagyis indikátorokkal írható le. A dimenziókhoz rendelt indikátorok száma az 1. ábrán jelölt körökben látható.

1. ábra. Dimenziók és indikátorok
Chart 1. Dimensions and indicators



Forrás: Saját szerkesztés

Hofmeister et al (2003) szerint a dimenzió egy olyan változó, amit több, valóságos, mérhető indikátorral lehet leírni. Ezeknek az indikátoroknak az összege adja az állításhalmazt, amelyet a választott értékelő skálával minősítenek a megkérdezettek. Például a szállással kapcsolatos szolgáltatások értékelésére kialakított dimenzió, olyan indikátorokat tartalmaz, mint a szoba felszereltsége; személyzet nyelvtudása és hasonlóak. Philip Kotler (2001) a következőképp fogalmazta meg az elégedettséget: „az elégedettség adott személy öröme, vagy csalódottsága, ami egy termék, várakozással szemben érzékelt teljesítményének az összehasonlításából származik. Akkor elégedett a fogyasztó, ha a termék megfelel az elvárásainak, ha felülmúlja az elvárásait, akkor a vevő nagyon elégedett, elégedetlen viszont, ha a termék nem felel meg az előzetes elvárásoknak.” A definícióból látható, hogy az elégedettség mellett, fontos az elvárás, ami alapján kialakul a elégedettség. Ezért a kérdőívben két fajta mérőeszközt alkalmaztam, az első a látogatók elégedettség mérésére szolgál az igénybe vett szolgáltatás indikátorával, a második pedig az elvárásnak való megfelelés mérésére szolgál.

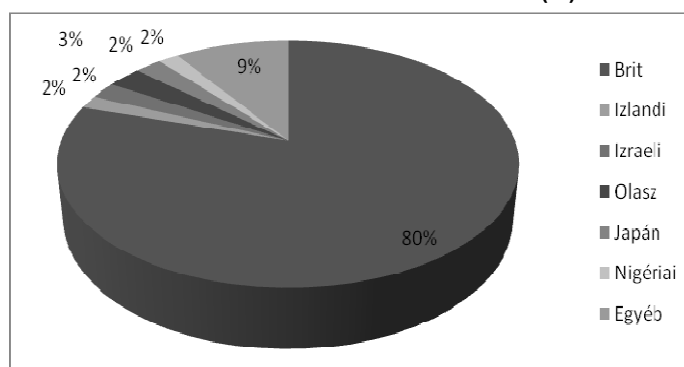
4. A januári–májusi kutatási periódus főbb megállapításai

Az öt hónap alatt 39 London–Lutonba induló járat utasai kerültek bevonásra a kérdőíves megkérdezésbe. Összesen 201 darab kérdőív kitöltésére került sor, amelyből 23 darab volt értékelhetetlen, 178 darab pedig értékelhető. További 117 külföldi látogató megkérdezésére nem volt lehetőség, mivel a gép indulását megelőző percekben érkeztek a váróterembe. 14 fő nem volt együttműködő a megkérdezés során és nem volt hajlandó a kérdőív kitöltésére. A 14 főből 3 brit állampolgárságú, de magyar nemzetiséggel rendelkező utazó volt és a nemzetiségre hivatkozva nem szeretett volna részt venni a külföldi látogatók körében végzett kutatásban. A megkérdezettek közül 16 fő már részt vett az adatgyűjtésben, ezért ők sem töltötték ki újból a kérdőívet.

A kutatás során megkérdezett külföldi turisták nemzetiség szerinti összetételét a 2. ábra mutatja. A válaszadó külföldi turisták 80%-a brit nemzetiségű, 3%-a izraeli, 2%-a olasz, 2%-a izlandi, 2%-a japán, 2%-a nigériai és további 9% egyéb nemzetiségű. Az egyéb nemzetiségűek között egy-egy fő ír, brazil, ausztrál, kínai, ghánai, holland, máltai, nepáli, lengyel, svéd és portugál nemzetiséggel rendelkezik. Jól látható, hogy a legnagyobb hányadot a brit látogatók alkotják.

2. ábra. A megkérdezettek nemzetiség szerinti megoszlása (%)

Chart 2. Distribution of nationalities (%)



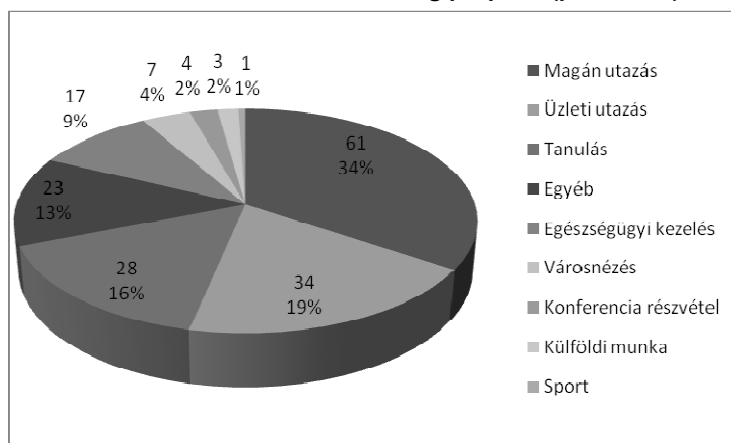
Forrás: Saját kutatási eredmény

A mintában életkor szerint a legnagyobb arányt a 18–30 évesek képviselik 34%-al (61 fő), őket 19%-kal (33 fő) követik a 51–60 év közöttiek, majd 17%-al (31 fő) a 31–40, 16%-kal (28 fő) 41–50 és végül a 60 éven felüliek 14%-kal (25 fő). A mintában a nők aránya 40%, vagyis 71 fő, a férfiaké pedig 60%, vagyis 107 fő.

Az 3. ábra mutatja a megkérdezettek utazási cél szerinti megoszlását. A kitöltött kérdőívek alapján a WizzAir társaság London–Luton/Debrecen járataival Debrecenbe érkező külföldi turisták legjellemzőbb utazási célja a „Magán utazás”, amit 61 fő jelölt meg. Ezt a csoportot szülők, barátok, barátnők alkotják akik a Debreceni Egyetemen tanuló rokont, ismerőst látogattak meg. A következő legnagyobb hányadot képviselő utazási motivációként 34 fő az üzleti utazást jelölte meg. A harmadik legnagyobb hányad 16%-kal a tanulási célból érkezők aránya. Relatív magas, 9% volt az egészségügyi szolgáltatás igénybevétele céljából érkezők aránya. Az egyéb célok között megjelölésre került a jótékonysági munka és a Romániába való továbbutazás. A legalacsonyabb hányadot, 2%-t a konferencia részvétel és a sport tevékenység megjelölése 1% alkotta.

3. ábra. A megkérdezettek utazási cél szerinti megoszlása (fő,%)

Chart 3. Distribution of travelling purpose (person, %)



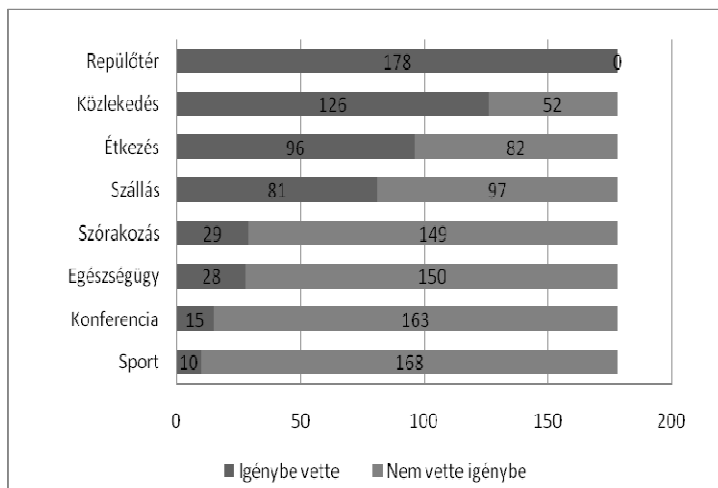
Forrás: Saját kutatási eredmény

A Debrecenbe légi úton érkező külföldiek turisztikai fogyasztásáról eddig nem állt információ rendelkezésre. A kérdőíves kutatás során ezzel kapcsolatban a fogyasztás főbb elemeit szerettem volna vizsgálni. Ennek megfelelően, azt hogy hány éjszakát töltöttek el a külföldi látogatók a városban, hol szálltak meg és milyen szolgáltatásokat vettek igénybe a városban tartózkodásuk alatt. A tanulmány terjedelmi korlátai miatt a kutatási eredmények közül az igénybe vett szolgáltatásokkal kapcsolatos elsődleges eredmények kerülnek csak bemutatásra.

A külföldi látogatók által igénybe vett szolgáltatásokat a 4. ábra mutatja. A táblázatból látható, hogy a repülőtéri szolgáltatásokat, minden megkérdezett igénybe vette és a továbbiakban értékelte is, mivel elkerülhetetlen a repülőtérrel való indulás. A közlekedési szolgáltatásokat illetően 52 fő magán tulajdonban lévő gépjárművel közlekedett és nem vett igénybe taxit, autóbust vagy villamost. Ők barát, ismerős gépjárművel utaztak illetve céges autóval. Azok a látogatók, akik nem igényeltek szállást (82 fő) és étkezést (97 fő) ismerősnél, rokonnál, barátnál szálltak meg és étkeztek a városban tartózkodásuk ideje alatt. Az egészségügyi szolgáltatások igénybe vételénél megjelent a tervezett fogorvosi kezelés 20 fő esetében és további 8 fő vett igénybe nem tervezett egészségügyi ellátást. Konferencián a megkérdezettek közül 15 fő vett részt, ők tanulási céllal érkeztek a városba. A sport tevékenységgel kapcsolatos szolgáltatásokat 10 fő vette igénybe, közülük egy fő érkezett a városba ezzel a céllal, a maradék 9 fő a városban tartózkodása ideje alatt vett igénybe valamilyen sport tevékenységgel kapcsolatos szolgáltatást vagy vett részt sport rendezvényen.

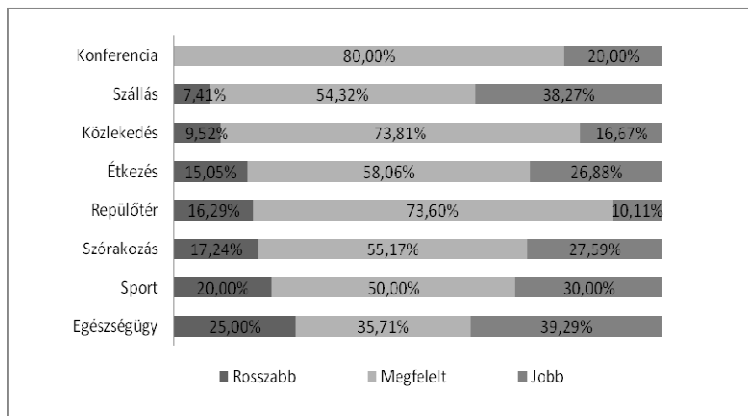
A 5. ábra tartalmazza az igénybe vett szolgáltatás elvárásnak való megfeleléssel kapcsolatos eredményeket. A táblázatból is látható, hogy több alkalommal nem felelt meg a szolgáltatás a látogató elvárásának és rosszabb volt a szolgáltatás, mint amire számított. A továbbiakban ez alapján indokolt a szolgáltatások részletes elemzése és annak megállapítása, hogy milyen indikátor okozta a látogatók elégedetlenségét. A legtöbb esetben az igénybe vett szolgáltatás nem eredményezett maradandó élményt, de az elvárásnak megfelelt.

4. ábra. Szolgáltatások igénybe vétele 2014. január–május (fő)
Chart 4. Utilization of service in January–May 2014 (person)



Forrás: Saját kutatási eredmény

5. ábra. Szolgáltatás elvárásnak való megfelelése (%)
Chart 5. Correspondence of service expectation (%)



Forrás: Saját kutatási eredmény

Összefoglalás

A kutatás célja a városba légi úton érkező külföldi látogatók utazási szokásainak, Debrecenrel kapcsolatos elégedettségnek vizsgálata. A 2013-ban tapasztalható alacsony külföldi részarány 2014-ben is megfigyelhető. A vizsgált hónapokban a városba látogató külföldiek száma, akik turisztikai céllal érkeztek a városba, 10–15%-a Debrecen–London között megvalósított utasforgalomnak. A Debrecenbe légi úton érkező külföldiek turisztikai fogyasztásáról eddig nem állt információ rendelkezésre. A kérdőíves kutatás során ezzel kapcsolatban a fogyasztás főbb elemeit szerettem volna vizsgálni. A kérdőívek által begyűjtött adatokból megállapítható, hogy több alkalommal előfordult, hogy a szolgáltatást végző szervezetnek/vállalatnak nem sikerült teljesítenie a látogató által elvárt szintet, alulteljesítés jelentkezett és a látogató úgy ítélte meg, hogy rosszabb szolgáltatásban ré-

szesült, mint amilyen az ő elvárása volt a szolgáltatóval szemben, amely indokolja az indikátorok részletes elemzését. Az elégedettség vizsgálat részletes eredményei a későbbiekben támpontot adhatnak a város turisztikai termékeinek és szolgáltatásainak továbbfejlesztéséhez és javításához. A látogatók személyes tapasztalata, elégedettsége vagy elégedetlensége emlékként raktározódik, ami kihatással van a későbbi utazással kapcsolatos döntések meghozatalára. Emiatt a városnak törekednie kell arra, hogy a légi úton Debrecenbe látogató külföldiek a szolgáltatásnyújtás első pillanatától fogva egészen a távozás pillanatáig megfelelő minőségű szolgáltatásokkal találkozzanak és elégedetten távozzanak.

Jegyzetek

1. Zeithaml, V. A.–Berry, L. L.–Parasuraman, A. (1996): The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, Vol. 60. No. 2, pp. 31–46.
2. Babbie, E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest.
3. Péntes, I. R. (2011): Turizmus kutatások módszertana: Az írásbeli megkérdezés turizmusstatisztikai aspektusai – kvantitatív módszerek. Pécsi Tudományegyetem. TAMOP 4.2.5 Pályázat könyvei. Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmus_kutatasok_modszertana/ch03s12.html, letöltve: 2013. 11. 20.

Felhasznált irodalom

- Babbie, E. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest.
- Cronin, J. J. Jr–Brady, M. K.–Hult, T. M. (2000): Assessing the effects of quality, value, customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environment. *Journal of Retailing*, Vol. 76. No. 2, pp. 193–216.
- Giddens, A. (2008): Szociológia. Osiris Kiadó, Budapest.
- Gilyán, Cs. (2008): A Magyarországra repülőgéppel érkező külföldi turisták utazási szokásai. *Turizmus Bulletin* XII. évf. 2. szám. 64–67 oldal.
- Hofmeister Tóth, Á.–Simon, J.–Sajtos, L. (2003): Fogyasztói elégedettség. Alinea Kiadó, Budapest.
- Karakasné Morvay, M.–Daruka, E. (2009): Az elvárások szerepe a szállodai vendég elégedettségben. *Turizmus Bulletin* XIII. évfolyam 2. szám, pp. 44–55.
- Kenesei Zs.–Kolos K. (2007): Szolgáltatásmarketing és menedzsment. Alinea Kiadó. Budapest.
- Kotler, P. (2001): Marketing Menedzsment. Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- Kovács, T.–Papanek G.–Papanek Zs. (2012): A magyar turisztikai vonzerők és fejlesztésük feladatai. *Debreceni Szemle – Tudomány és Kultúra*. Debrecen és régió tudományos műhelyeinek folyóirata. XX. évf. 3–4 szám. 86–92. oldal.
- Péntes, I. R. (2011): Turizmus kutatások módszertana: Az írásbeli megkérdezés turizmusstatisztikai aspektusai – kvantitatív módszerek. Pécsi Tudományegyetem. TAMOP 4.2.5 Pályázat könyvei. Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmus_kutatasok_modszertana/ch03s12.html, letöltve: 2013. 11. 20.
- Tomcsányi, P. (2000): Általános kutatómódszertan. SZIE, OMMI, Budapest.
- Veres, L.–Abonyiné Palotás, J.–Csapó, J.–Darabos, F.–Huszti, Zs. et al (2011): Turizmus és közlekedés. Pécsi Tudományegyetem.
- Zeithaml, V. A.–Berry, L. L.–Parasuraman, A. (1996): The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, Vol. 60. No. 2, pp. 31–46.