



**YER HİZMETLERİNİN HAVAYOLU ULAŞIMI HİZMET KALİTESİNE
ETKİSİNİN SERVQUAL YÖNTEMİYLE ÖLÇÜMÜ**

Yaşar KEPTİ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TRAFİK PLANLAMASI VE UYGULAMASI ANA BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

EYLÜL 2023

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yaşar KEPTİ

04/09/2023

YER HİZMETLERİNİN HAVAYOLU ULAŞIMI HİZMET KALİTESİNE ETKİSİNİN SERVQUAL YÖNTEMİYLE ÖLÇÜMÜ

(Yüksek Lisans Tezi)

Yaşar KEPTİ

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Eylül 2023

ÖZET

Havacılık sektörü, küresel ekonomilerin ve ticaret ağlarının odağında gelişen havayolu taşımacılığı olarak geçmişten günümüze kadar uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. Bu nedenle havayolu taşımacılığını oluşturan bileşenlerin her biri sektörde ayrı bir öneme sahiptir. Bu önemin gerekçesi olarak zamanla başlı başına bir pazar haline gelen havayolu taşımacılığı rekabet piyasalarında yerini almıştır. Tüketicilerin kalite ve hizmet anlayışında her geçen gün daha fazla talepkâr olması ise hem rekabeti artıran bir etkiye sahip hem de kalitede ve hizmette işletmeleri sürekli yenilik ve gelişmelere açık hale getirmektedir. Havayolu taşımacılığı bir bütün olarak düşünüldüğünde, yolcu hizmetlerinin, havayolu şirketi tarafından değil de, sözleşmeli yer hizmeti kuruluşları tarafından gerçekleştirildiği yolcular tarafından bilinen bir durum değildir. Yer hizmetleri, yolcuları terminale giriş yapmasıyla başlayıp varış noktasındaki terminalden ayrılmasına kadar geçen süreçte sözleşmeli tedarikçiler tarafından verilen hizmetler bütünüdür. Bu çalışmanın amacı; yer hizmeti kalitesinin bir havayolu şirketinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini tespit edebilmektir. Çalışmada Servqual Yöntemi kullanılarak hazırlanmış ve uygulanmış 432 yolcu anketi değerlendirilmiş ve boşluk analizi yapılmıştır. Analizden elde edilen verilerle Quadrant grafiği oluşturulmuş ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Bilim Kodu : 91124
Anahtar Kelimeler : Havayolu taşımacılığı, hizmet kalitesi, yer hizmetleri
Sayfa Adedi : 110
Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Seda HATİPOĞLU

MEASUREMENT OF THE EFFECT OF GROUND HANDLING ON AIRLINE
TRANSPORTATION SERVICE QUALITY BY SERVQUAL METHOD

(M. Sc. Thesis)

Yaşar KEPTİ

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

September 2023

ABSTRACT

The aviation industry has a deep-rooted history from past to the present as airline transportation, which has developed at the center of global economies and trade networks. For this reason, each of the components that constitute air transport has a separate importance in the sector. Thus, airline transportation which has become a market on its own, has taken its place in the competitive markets. The fact that consumers are more demanding in terms of quality and service understanding both has an effect that increases competition and makes businesses open to continuous innovations and developments in quality and service. When airline transportation is considered as a whole, it is not known to passengers that passenger services are carried out by contracted ground handling companies, not by the airline company. Ground handling services are the services provided by contracted suppliers in the process beginning with the passengers entering the terminal and leaving the terminal at the destination. The aim of this study is to determine the effect of ground service quality on the service quality of an airline company. In the study, 432 passenger questionnaires prepared and applied using the Servqual Method were evaluated and gap analysis was performed. Quadrant chart was created with the data obtained from the analysis and the results were interpreted.

Science Code : 91124
Keywords : Airline transportation, service quality, ground handling
Page Number : 110
Supervisor : Assist. Prof. Seda HATİPOĞLU

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın tüm sürecinde bilgi, tecrübe ve desteğini esirgemeyen değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Seda HATİPOĞLU'na teşekkür ederim. Hayatımdaki her başarıda olduğu gibi bu süreçte de yanımda olan ve manevi desteğini esirgemeyen değerli eşim Ayşen KEPTİ'ye, varlıklarıyla bana güç veren ve gözlerindeki ışıkla beni daima ayakta tutan güzel kızlarım Yaren KEPTİ ve Yade KEPTİ'ye sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xi
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. HAVACILIK KAVRAMI.....	3
2.1. Havacılık Sektörü.....	3
2.1.1. Havayolu ulaşımı.....	4
2.1.2. Havacılık sektörünün gelişimi.....	5
2.1.3. Türkiye’de havacılık sektörünün gelişimi.....	6
2.2. Havayolu Taşımacılığı Kavramı, Tanımı ve Önemi	8
2.2.1. Dünyada sivil havacılık faaliyetlerinin gelişimi.....	9
2.2.2. Türkiye’de sivil havacılık faaliyetlerinin gelişimi	10
2.2.3. Havayolu taşımacılığının özellikleri	14
2.3. Havacılıkta Yer Hizmetleri	17
2.3.1. Yolcu hizmetleri	18
2.3.2. Ramp hizmetleri	22
2.3.3. Kargo hizmetleri.....	22
2.3.4. Harekat hizmetleri	23
3. HİZMET KAVRAMI.....	25
3.1. Hizmetin Özellikleri.....	25

	Sayfa
3.1.1. Soyutluk	25
3.1.2. Heterojenlik.....	25
3.1.3. Dayanıksızlık.....	26
3.1.4. Ayrılmaz (Eş zamanlı üretim ve tüketim)	26
3.2. Hizmet Kalitesi.....	27
3.3. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi; SERVQUAL Modeli ve Quadrant Analizi.....	29
3.3.1. SERVQUAL modeli	30
3.3.2. Quadrant analizi	31
4. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI	33
5. ALAN ÇALIŞMASI	59
5.1. Çalışmanın Amacı.....	59
5.2. Çalışmanın Yöntemi.....	59
5.3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi	60
5.4. Çalışmanın Kısıtları.....	60
5.5. Verilerin Analizi.....	60
5.6. Bulgular.....	61
5.7. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Demografik Bulgular	61
5.8. Güvenilirlik Testleri	66
5.9. Demografik Özelliklerin Boyutlara Göre Değerlendirilmesi.....	67
5.10. Boşluk Analizi.....	74
5.11. Quadrant (Çeyrek Daire) Analizi	84
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	89
KAYNAKLAR	93
EKLER.....	103
EK-1. Anket Formu.....	104
ÖZGEÇMİŞ	110

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. Kronolojik sıraya göre havacılık tarihindeki gelişmeler	10
Çizelge 2.2. İşletmeler ve toplam uçak sayıları	12
Çizelge 2.3. Havayolu taşımacılığının özellikleri.....	15
Çizelge 2.4. Yer hizmetleri kuruluşları hizmet alanları	18
Çizelge 5.1. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri.....	61
Çizelge 5.2. Katılımcıların uçuş bilgileri	62
Çizelge 5.3. Beklenti sorularına ilişkin soruların cevap dağılımı.....	63
Çizelge 5.4. Algı sorularına ilişkin soruların cevap dağılımı	65
Çizelge 5.5. Güvenirlilik katsayıları ve normallik dağılım sonuçları	66
Çizelge 5.6. Beklenti sorularına ilişkin soruların güvenirlilik katsayıları	67
Çizelge 5.7. Algı sorularına ilişkin soruların güvenirlilik katsayıları.....	67
Çizelge 5.8. Cinsiyete göre boyutların değerlendirilmesi.....	68
Çizelge 5.9. Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi	69
Çizelge 5.10. Uçuş sınıfına göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi	70
Çizelge 5.11. Uçuş sıklığına göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi.....	71
Çizelge 5.12. Gelir durumuna göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi	72
Çizelge 5.13. Soru bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi.....	75
Çizelge 5.14. En fazla ilk beş boşluğun değerlendirilmesi.....	78
Çizelge 5.15. En az ilk beş boşluğun değerlendirilmesi	79
Çizelge 5.16. Boyut bazlı boşluk skorlarının değerlendirilmesi.....	79
Çizelge 5.17. Boyutlarda hizmet kapsamı açısından boşluk skorlarının değerlendirilmesi	79
Çizelge 5.18. Havayolu sorusu bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi	80

Çizelge	Sayfa
Çizelge 5.19. Yer hizmeti sorusu bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi	82
Çizelge 6.1. Boyutlarda boşluk skorlarının yorumlanması.....	91

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları yolcu grafiği.....	12
Şekil 2.2. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları uçak grafiği	13
Şekil 2.3. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları yük (kargo/posta/bagaj) grafiği .	13
Şekil 2.4. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları kargo grafiği	14
Şekil 3.1. Servqual modeli akış şeması.....	30
Şekil 3.2. Quadrant analizi.....	31
Şekil 5.1. Quandant grafiği	84
Şekil 5.2. Boyut bazında quadrant grafiği	87

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
A	Algı
AS	Algı Sorusu
AVONA	Analysis of Variance
B	Beklenti
BS	Beklenti Sorusu
IATA	Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği
ICAO	Uluslararası Sicil Havacılık Teşkilatı
SHGM	Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences

1. GİRİŞ

Tarih boyunca insanoğlunun uçma fikri ve gökyüzünde olma isteği ile başlayan havacılık faaliyetleri günümüzde önemli bir sektör haline gelmiştir. Bir ulaşım aracı olarak tasarlanan hava araçlarının çeşitli amaçlarla sosyal, kültürel ve ekonomik yapıya hizmet etmesi düşüncesi ile gelişme imkânı bulan havayolu sektörünün temelleri ilk olarak zeplinle atılmıştır. Daha sonraları gelişen teknoloji ve bilimsel faaliyetlerle hız kazanan havayolu taşımacılığı karayolu ve denizyoluyla taşımacılığa bir alternatif olarak gelişmeye devam ederek bugünkü konumuna ulaşmıştır.

Günümüzde teknolojinin küresel olarak hız kazandığı ve özellikle hız, zaman ve ulaşım faaliyetlerinin ekonomilerin temelini oluşturduğu bir alanda havayolu taşımacılığına olan ihtiyaç da bu oranda artış göstermektedir. Daha kısa sürede kıtalar arası bir taşımacılığın önemi ise sadece yolcu taşımacılığıyla sınırlı kalmayıp kargo taşımacılığı olarak da küresel bir pazarın metasını oluşturmaktadır. Zamanla başlı başına bir Pazar haline gelen havayolu taşımacılığı artan rekabet piyasasında yerini almıştır. Ulaşım ve taşımacılık sektöründe kendine geniş bir alan bulan havacılığa artan ilgiyle beraber sektörün gelişimi hız kazanmıştır. Buna bağlı olarak artan rekabetle birlikte tüketicilerin kalite ve hizmet anlayışındaki beklentileri de artış göstermektedir.

Hizmet sektörünün bir bileşkesi olan havacılık sektöründe değer ve hizmet kalitesi uluslararası ticaretin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. İşletmelerin amaçları bu bağlamda hizmette değer ve kalite ekseninde oluşmaktadır. İşletmelerin varlığını sürdürebilmek adına kalite ve hizmette önemli bir değer oluşturmaları ise amaçlarının göstergesidir. Tüketicilerin kalite ve hizmet anlayışında her geçen gün daha fazla talepkâr olması ise hem rekabeti artıran bir etkiye sahip hem de kalitede ve hizmette işletmeleri sürekli yenilik ve gelişmelere götürmektedir. Algılanan hizmet kalitesinin ölçümü, algı boyutu ve değer göstergelerini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeklerle işletmelerin kendilerine yol haritaları çizmeleri mümkün olmaktadır. Bu bağlamda algılanan kalitenin ölçülmesi adına yapılan bu çalışmada bazı analizler kullanılmıştır.

Havayolu taşımacılığı anlamında havayolu işletmelerinin yolculara sunduğu hizmet kapsamında yolcuların hava araçları vasıtasıyla bir noktadan başka bir noktaya güvenli bir şekilde taşınması, ulaştırılması havacılık hizmetleri olarak görülmektedir. Ancak bu taşıma

ve ulaştırma işlemleri sırasında verilen hizmetler ön planda olmakta ve bu bağlam da önem arz etmektedir. Havayolu işletmelerinin sunduğu hizmetlerin kapsamında uçuş biletinin alınmasından yolcunun varacağı havalimanına kadar ve buradaki bagajlarının da teslimi dahil olmak üzere kapsamlı olarak hizmet anlayışı devam etmektedir. Bu hizmetlere ilaveten varış noktasındaki hizmetlere ek hizmeteler de eklenebilmektedir. Müşterilerin hizmet beklentileri gelişen teknolojilerle birlikte her geçen gün artmakta ve bu nedenle istek ve ihtiyaçlardaki beklentiler yükselmektedir. Tüketicilerin hızlıca ve kolay bir şekilde her türlü bilgiye ulaşabilmeleri onların daha bilinçli bir şekilde davranış sergilemelerine ve kalite beklentilerinde daha kaliteli olanı arama anlayışı gelişmektedir. Hem ürünlerde hem de hizmetlerin pazarlanmasında beklenen kalitenin karşılanabilmesi için hizmet kalitesi anlayışı çok önemli olmaktadır.

Havayolu hizmeti sektöründe önemli olan faktörlerden biri de havayolu işletmelerinin var olan kıt kaynakları en etkili bir şekilde kullanması ve yönetmesidir. Bu doğrultuda yolcuların yüksek kalite beklentisinin karşılanması sağlanırken mevcuttaki kaynakların etkin kullanımıyla birlikte sistem verimli bir şekilde işlerken hizmetler devam etmekte ve sürekliliğin sağlanmasıyla iyileştirmeler devam etmektedir. Yenilikçi bir anlayışla hareket eden havayolu işletmeleri aynı zamanda rekabet edebilmek için hem kalite anlayışında hem de verilen hizmetlerin sunumuyla sürekli iyileştirmelere devam edebilmelidirler. Bu yüzden havayolu hizmetlerinin kapsamında yolcuların havayolu ile bağlantısının başladığı andan itibaren sunulan hizmetlerin odak noktası müşteri beklentilerinin en üst seviyede karşılanabilmesi olmalıdır. Bu bağlamda alan yazında yer hizmetleri ve süreçleri olarak bazı çalışmalar yer almaktadır. Bu alışma, “X” Hava Yolları’nın sunduğu havayolu ulaşımında hizmet kalitesini belirlemekle birlikte; literatürdeki benzer çalışmalardan farklı olarak yer hizmetlerinin sunduğu hizmetlerin “X” Hava Yolları’nın hizmet kalitesine etkisini servqual yöntemiyle ölçmeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde giriş, ikinci bölümünde havacılık sektörü, havacılıkta yer hizmetleri, hizmet kavramı, hizmet kalitesi ölçüm yöntemleri, üçüncü bölümde hizmet kalitesi ölçümüyle alakalı yapılan çalışmalardan derlenmiş literatür araştırması, dördüncü bölümde ise servqual yöntemiyle oluşturulmuş anket çalışması 534 katılımcıya uygulanmış, 432 katılımcının anketi analiz edilmiştir. Analiz edilen anketler servqual ve quadrant analizine tabi tutulmuş ve yer hizmetlerinin havayolu ulaşımı hizmet kalitesine etkisi değerlendirilmiştir.

2. HAVACILIK KAVRAMI

2.1. Havacılık Sektörü

Uluslararası ticaretin gelişmesiyle ve sınırların kaldırılmasıyla dünya büyük küresel bir pazara dönüşmüştür. Havacılık sektörü de uluslararası pazarın içinde geniş bir yelpazeye sahiptir. Hem pazarlama faaliyetleri açısından hem de işletmecilik olarak çok yönlü ele alınan havacılık, başlı başına bir pazar olarak görülmektedir. Bu sektör, sadece ulaşımın önemli bir parçası değil aynı zamanda 1950'lerden sonra köyden kente göçün hızlanmasıyla kentleşme ve şehirleşme üzerinde de etkin rol oynamaktadır. Özellikle uluslararası turizmde yolcu ve kargo taşımacılığı olarak sektörde büyük bir paya sahiptir.

Uluslararası ticareti artırmanın önemli bir faktörü olan havacılık sektörü, yapılandırılmış iş seyahatleri anlamında diploma ve barış hareketi adına olumlu bir etkiye sahip olabilmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, ekonomik faaliyetler, sosyal ve politik unsurlar ve çevresel faktörler açısından havacılık sektörü çeşitli avantajlar sunmaktadır. Kültürel aktarımların yapılması adına küresel boyutta katkılar sunmanın yanında seyahat özgürlüğü bakımından havacılık sektörü önemli bir ulaşım aracıdır. Turizm faaliyetlerinin önemli bir parçası da yine havacılık sektörünün sunduğu imkanlar olarak havayolu taşımacılığıdır (ICAO, 2016).

Dünya nüfusunun yaklaşık %30'u 1950'li yıllarda şehirlerde yaşıyorken 2000'li yılların başında bu rakamlar artış göstermiş ve şehirde yaşayan nüfus hızla artmaya başlamıştır. Birleşmiş Milletlerin tahminine göre 2050 yılına gelindiğinde şehirde yaşayan nüfusun yaklaşık % 67 olacağı yönündedir. Şehir nüfusu ise işletmeler, sanayi sektörleri, havacılık ve turizm adına büyük bir kentsel kaynak olarak görülmektedir. Ülkelerin gelirlerine bakıldığında; uluslararası seyahatlerin bu gelirlere büyük bir oranda katkı sağladığı bilinmektedir (Karahasan, 2020).

Küreselleşme ulusal ve uluslararası sınırları ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle küçük bir şehirden büyük bir bölgeye ya da başka bir ülkeye ulaşım artık çok kolay sağlanabilmektedir. Bu kolaylıklar ve gelişen teknolojiler sayesinde teknik, ekonomik, finansal ve ticari anlaşmalar ve iş birlikleri yapılabilir olmuştur. Bu sayede insanların ve ürünlerin bir yerden başka bir yere güvenli, rahatlıkla ve daha kısa sürelerde taşınabilmesi sağlanmaktadır. Hava

taşımacılığının önemli bir rolü hem yerelde hem de ulusal alanda ekonomik ve teknolojik taşımacılık olmasının yanı sıra uluslararası boyutta da katkısı büyüktür. Havayolu taşımacılığı teknolojik kalkınmayı hızlandırarak sosyal ve kültürel katkılar sağlamaktadır (DPT 9. Kalkınma Planı: 2005).

Havayolu taşımacılığı ulaşım sektörünün bir alt segmenti olarak ileri teknoloji ve teknik araç- gereç donanımına sahip iletişim sistemleriyle uzman çalışanlara sahip olmakla birlikte, sunulan ürün ve hizmetler açısından tüketicilere hızlı, sistematik ve organize edilmiş bir yapıdan oluşan faaliyetler sunmaktadır. Aynı zamanda havayolu taşımacılığı diğer hizmet sektörlerine kıyasla daha fazla emek yoğun bir sektördür. Havayolu taşımacılığında pahalı ve modern malzeme kullanımı daha fazladır. Hava taşımacılığında yüksek düzeyde kaynağa ihtiyaç duyulur. Bu da ancak sermaye yoğun girişimlerle ve bu girişimlerin sürekliliğiyle sağlanması mümkün olabilmektedir (Aslan, 2007).

2.1.1. Havayolu ulaşımı

Havacılık tarihine bakıldığında zaman bir asra yakın bir zaman diliminde devrim niteliğinde değişimlerle beraber gelişimlere uğramıştır. Yüzyıl öncesine bakıldığında, kıtalar arasında seyahatlerin birçoğu ya deniz yoluyla ya da kara yoluyla yapılmaktaydı. Çok zahmetli ve fazlaca zaman kayıplarının yaşanması da bu yolculukların olumsuz yönlerinden biriydi. İnsanların zorunlu sebepler dışında yolculuk yapmak istemediği bir dönemden bugün saatler içinde ülkeler arasında ya da kıtalar arasında yolculuk yapabilmeyi mümkün kılan havayolu ulaşımı içinde yaşadığımız yüzyılın önemli gelişmelerinden biridir. Bu gelişmeler ulaşımı kolaylaştırdığı gibi ticari faaliyetlerin de gelişmesine katkı sunmaktadır.

Havacılık faaliyetlerinin kâr amacı ile yapılmaya başlanması, 2. Dünya Savaşı sonrası yolcu ve kargo taşımacılığı yapılması ile başlamıştır. Savaş sonrasında dünyanın gelişmiş ülkeleri yolcu taşımacılığı yapmak için özel havayolu şirketleri kurmaya başlamıştır. Bu hızlı gelişmelerin nedeni olarak savaşlarda geniş gövdeli bazı uçakların yolcu ve kargo taşımacılığında kullanım amacıyla dönüştürülmesi olmaktadır. Örnek olarak Lancaster ve B-29 tarzı uçakları göstermek mümkündür. Uzun uçuşların yapılmasında ise DC-3 tipi uçakların kullanılması kolaylık sağlayarak bu taşımacılığa katkı sağlamıştır. Bu uçakların zamanla teknik kusurlarından dolayı ciddi hasarlara uğramasından dolayı metal yorgunluk süreci yaşanmasına sebep olmuştur. Daha sonra ise Jetliner tipi uçaklar üretimiyle ticari

havacılık faaliyetleri gelişme göstermeye başlamıştır. Bu tarihten sonra metal yorgunluğa çözüm olarak Boeing tarafından üretilen B-700 tipi uçakların daha rahat ve güvenilir olması uçuşlarda güven sağlamıştır. Havacılığın günümüze dek gelişim göstermeye ve teknolojik olarak ilerlemeye başlaması da bu uçakların kullanımıyla başlamıştır (Wikipedia, 2023)

2.1.2. Havacılık sektörünün gelişimi

Havacılık sektörünün gelişimi teknolojinin gelişmesiyle birlikte hız kazanmıştır. Ticaret hacminde artışların yaşanması ve küreselleşme ile taşımacılığın daha güvenilir hale gelmesiyle birlikte havacılık sektörüne yapılan yatırımlarda artışlara zemin hazırlamıştır. 1973 ve 1979 yıllarında yaşanan petrol krizleri bu sektörde aksamalara neden olsa da gelişimler ve ilerlemeler hızla devam etmektedir. Ulaşım altyapısını güçlendirmek için demiryolları ve karayollarına yatırımlar yapılmıştır. 1980 sonrasında ve özellikle 1990'lı yıllarda özel sektörün piyasaya girmesiyle havacılık gelişmeye devam etmiştir (Karatay ve diğerleri, 2014).

II. Dünya Savaşı sonrasında askeri uçaklar sektörün gelişmesi için ulaşımda kullanılmış ve özel şirketlerin kurulması da bu tarihten sonra olmuştur. Sektörün hız kazanması ise uçakların teknolojiyle birlikte geliştirilmesi, yeni uçak tiplerinin üretilmesi, kapasitelerin artırılmasıyla ülkeler arasında uçuşlar yapılmıştır. Rekabet ortamı küreselleşmenin getirdiği serbestlik hareketleri ile güçlenmiştir. Özelleştirme de sektörün büyüklüğünü artıran önemli bir etken olmuştur. Rekabet şartları seri modellerin geliştirilmesine katkı sağlamış ve daha düşük yakıt tüketebilen daha düşük emisyon özelliğine sahip uçaklar üretilmesine zemin hazırlamıştır (Karatay ve diğerleri, 2014).

Küresel ekonomik göstergelerin etkisiyle hızla büyüyen havacılık sektörü bu doğrultuda terör gibi küresel olaylardan etkilenmektedir. Bu tür olaylar güvenlik önlemlerinin daha sıkı yapılmasına ve sonrasında da yolcu sayısında azalmalara neden olmuştur. İnsanların terör olayları ve saldırıları gibi olaylardan sonra isteksizce seyahat etmelerinden dolayı ticaret ve turizm alanlarında ekonomik daralmaların olduğu görülmüştür. Bu durum da talep eksikliğine neden olmaktadır (Karatay ve diğerleri, 2014). Havacılık sektöründe meydana gelen bu daralma petrol fiyatlarındaki değişimlerden önemli ölçüde etkilenmiştir. Büyük çaplı ve genelde dünyayı ilgilendiren ekonomik ya da güvenliği etkileyecek her olayın

havacılık sektörüne küçük ya da büyük bir etkisinin olduğu görülmektedir. Ancak olumlu ve olumsuz sonuçlarına rağmen havacılık sektörü gelişmeye hızla devam etmektedir.

II. Dünya Savaşı esnasında ileri teknolojilerin kullanımıyla uçaklar üretilmiş ve bu uçakların kullanımı havayolu ulaşımı adına ve havacılık endüstrisine olumlu anlamda katkılar sağlamıştır. Savaşta kullanılan uçakların savaştan sonra ülkelere bırakılması ise havacılık endüstrisinin gelişiminde önemli bir rol oynamış ve bu sayede sivil sektörün oluşmasına zemin hazırlanmıştır. Havacılık faaliyetlerinin artması ve uluslararası taşımacılığın gelişmesiyle birlikte, uluslararası düzeyde yapılan havayolu taşımacılığının ülkeler arasında bir uyum ve iş birliği gerekliliği ortaya çıkmıştır. Havayolu taşımacılığı adına önlemlerin uygulanmasıyla birlikte uluslararası düzenlemeler zorunlu hale gelmiştir. Bundan dolayı 1944'te yürürlüğe giren ilk hava taşımacılığı sözleşmesi olarak kabul edilen Chicago Sözleşmesi bir anlaşma niteliğindedir. Anlaşmaya göre “ülkelerin hava sahaları, uçuş noktaları, uçuş işletmeleri, slot hakları vb.” gibi konular ele alınarak kararlar alınmış ve uygulamaya alınmıştır. Bu çalışmaların ardından ICAO (International Civil Aviation Organization) kısa adıyla hazırlanan Şikago Konvansiyonu ile Uluslararası Sivil Havacılık Teşkilatı kurulmuştur. ICAO, Kanada'nın Montreal şehrinde merkez yapısı olarak kurulmuş ve 183 ülkenin üyeliğiyle konvansiyon kabul edilmiştir. Türkiye ise 1945 yılında 4749 sayılı kanunla üye olarak bu konvansiyona katılmıştır. Şikago Konvansiyonu, uluslararası sivil havacılık alanında yapılan tüm faaliyetlerin yürütülmesinde esas alınmış, dünya genelinde havayolu uçuşlarının daha güvenli ve düzenli yapılması amaçlanmıştır. Ticari hava taşımacılığı ile ilgili olan faaliyetler ve ticari hükümler ülkelerin karşılıklı anlaşmaları ile sağlanmasına bırakılmıştır (Karahasan, 2020).

2.1.3. Türkiye’de havacılık sektörünün gelişimi

Türk havacılık tarihinin temelleri yüzyıla kadar dayanır. Hezarfen Ahmed Çelebi'nin Galata Kulesi'nden kendi yaptığı kartal kanatlarla atlayışı ve boğazı geçmesi ile başlayan bir sürecin havacılık tarihinin ilk olayları olarak bilinir. Tarihi olarak ise 1911 yılında Türk havacılığının Trablusgarb savaşı ile başladığı bilinmektedir. İtalyan devletinin uçakları bu savaşta savaş uçağı olarak kullanması ile havacılık önem kazanmaya başlamıştır. O dönemde Harbiye Nazırı olarak görev yapan Mahmut Şevket Paşa'nın teşebbüsleriyle ilk uçaklar satın alınmış ve “*Osmanlı Hava Kuvvetleri*” kurulmuştur. İlk havacılık tesisi Sefaköy'de Atatürk havaalanının yakınlarında kurulmuştur. Yeni teknoloji uçakların satın alınmasından sonra

pilot yetiştirilmesi için çalışmalar başlatılarak hava meydanlarının oluşturulması öncelikle uygulamaya alınmıştır (Korul, 2005). İlk olarak dönemin Türk subayları havacılık eğitimi almak üzere yurtdışına gönderilmiş ve 1912 yılında dönemin önemli kişileri tarafından yapılan görüşmeler neticesinde Yeşilköy’de Hava Mektebi kurularak açılışı yapılmıştır. İlk havayolu ile posta taşımacılığı ise 1914 yılında İstanbul-Bilecik-Eskişehir-Kahire hattı ile yapılmıştır (Gerede, 2015).

Türkiye’de havacılığın gelişimi ve bu alanda ilk incelemeler Osmanlı İmparatorluğu döneminde ve sadece savunma amacıyla kısıtlı imkanlar dahilinde yapılmaya çalışılmıştır. I. Dünya Savaşı’ndan önce hava taarruzu nedeniyle Osmanlı Devleti yönetiminin havacılığa ilgisi artmış ve bu alanda bazı adımlara atılarak tarihte havacılık anlamında vesikalara ulaşılmıştır. Trablusgarb savaşı sırasında İtalyan hava kuvvetlerinin hava saldırıları da bu alanda yaşanan bir örnektir. Bu olayların ardında Türkiye de havacılık alanında araştırmalar yapmaya başlamıştır. Bu durumlar ülkeyi havacılık alanında zaruri olarak faaliyetler göstermesine iten sürecin başlamasına zemin hazırlamıştır (Saldıraner, 2011: 3). Sivil havacılık faaliyetleri Türkiye’de havacılık faaliyetlerinin başlamasından kısa bir zaman sonra başlamıştır. İlk olarak iki adet hangar ve ir küçük pistten oluşan bu faaliyetlerin ardından 1925 yılında “Türk Teyyare Cemiyeti”nin kurulmasının ardından ilk resmi adım olarak Türk havacılığına geçilmiştir. Bu cemiyetin adı daha sonra “Türk Hava Kurumu” olarak değiştirilmiştir (Kaya, 2000).

İlk sivil havacılık adımları Türkiye’de dünya genelinde olduğu şekliyle II. Dünya Savaşı sonrasına denk gelmektedir. Savaşta uçakların kullanımı havacılık sektörünün gelişimine katkı sağlayan bir durumdur. Bu dönemden sonra modern uçakların alımı yapılmış ve hava meydanlarının açılmasıyla havacılık faaliyetlerinin daha geniş ölçeklerde yapılması sağlanmıştır. 1949 yılında zamanın Bayındırlık bakanlığı tarafından Hava Meydanları bürolarının kurulmasıyla ülkede hava meydanlarının yönetiminin tek bir elden yapılması sağlanmıştır. 1956 yılında hava meydanlarının durumu yeni bir yasa ile Türk Hava Meydanları İşletmesi’nin kurulmasıyla tüm hava meydanlarının bir çatı altında toplanması sağlanmıştır.

Havacılık sektörü, ülkelerin teknolojik gelişmelerini gösteren bir ölçüt olarak dünyada ve Türkiye’de de teknolojik gelişimlere işaret etmektedir. Ticaret hacminde yaşanan artılar ve küreselleşmeyle birlikte taşımacılık sektörünün güvenilirliği artmış ve sektöre olan yatırımlar

artmaya başlamıştır. 1973 ve 1979 yıllarında yaşanan petrol krizleri ve savaşlar sektörün gelişim hızını yavaşlatmasına rağmen yatırımlar devam ederek büyümeler yaşanmıştır. Türkiye’de bu sektöre yeterince önem verilmediğinden geride kalmıştır. Karayolları ve demiryollarına ulaşım alt yapısı olarak daha fazla yatırımlar yapılmıştır. Özel sektörün 1980’ler sonrası gelişim göstermeye başlamasıyla özellikle 1990’lardan itibaren havayolu taşımacılığı da gelişmeye başlamıştır (Karatay ve diğerleri, 2014).

İlk olarak “Hava Yolları Devlet İşletmesi” ismiyle kurulup daha “Türk Hava Yolları” adını alan işletme, 1990 yılına kadar sektörde tek el bir güç olarak varlığını sürdürmüştür. Bu işletme 1933 yılında 133 uçakla faaliyetlerine başlamış ve 1947 yılında ilk yurt dışı seferini (İlk yurtdışı uçuş Ankara–İstanbul-Atina) gerçekleştirmiştir. Bu uçaklardan 2 adet 5 koltuklu, 2 adet 4 koltuklu ve 1 adet 10 koltuklu bir uçak filosu oluşturulmuştur. Toplam 24 çalışandan oluşan yedisi pilot, sekiz makinist ve kabin memurları ile telsiz işlerinde çalışan personellerle faaliyetlerini yürütmeye başlamışlardır. 1936 yılında bütçe 1 milyon TL’ye ulaşmış ve bu sayede uçak sayılarını artırmışlar ve toplam 8 uçakla devam etmişlerdir. İşletme olarak 1 Mart 1956 tarihinde “Türk Hava Yolları A.O.” olarak isim değiştirmişler ve 60 milyon TL sermayeyle faaliyetlerine devam ederek 1973 yılına gelindiğinde çalışan sayısını 4.437 kişiye yükseltmiştir. 1990 yılında 700 milyon TL sermayeye ulaşarak 2004 yılında 12 milyondan fazla yolcu taşıyarak büyümeye devam etmektedir. İç hatlar yolcu sayısı olarak Avrupa sıralamasında beşinci sırada yer almakta ve dış hatlarda altıncı sıradadır. 2013 yılında başarılarını devam ettirerek en fazla uçuş sayısına sahip havayolu işletmesi haline gelmiştir. Yolcu sayısı 48 milyondan fazla ve marka değeri ise 1,6 milyar dolar iken 2015 yılında 2,2 milyar dolara yükselmiştir (THY, 2016). Havacılık sektörü hem gelişmekte hem de hızla büyümektedir. Havacılık sektörü büyürken beraberinde bağlı iş kollarını da geliştirmeye devam etmektedir (Saldıraner, 2011).

2.2. Havayolu Taşımacılığı Kavramı, Tanımı ve Önemi

Havayolu ile seyahat etmek ve uçmak isteği insanlık tarihine bakıldığında hep merak edilen ve mümkün kılınması için sürekli araştırma ve girişimlerin olduğu bir eylem olarak bilinir. 1900’lü yılların başında sadece sıcak hava balonuyla yolculuklar yapılması mümkündü ancak daha ağır bir cismin uçabileceği fikri imkânsız gibi görünmekteydi. Otto Lilienthal, Samuel Langley ve Octave Chanute gibi bilim adamlarının uçuşa üzerine çalışmaları ve birtakım deneyleri bu alana temel oluşturan niteliktedir (Bowers, Hansen, Martin, t.y.). Bu

alandaki çalışmaları ile önemli katkıları olan Wright Kardeşler'in gayretleriyle ilk olarak planör uçuşlar gerçekleştirilmiş ve çift motorlu makinelerin geliştirilmesi ile yaygınlık kazanmış ve Fransa ve Almanya'nın üretimleriyle birlikte İtalya'ya satılan uçakla sektör artık ticari bir alana giriş yapmıştır. Bu girişimler havayolu taşımacılığının gelişmesine ve büyümesine katkı sağlamıştır (Kelly, 1943).

Genel olarak havayolu taşımacılığı hava araçları vasıtasıyla bir yerden başka konumdaki bir yere birtakım amaçlarla yolcu ve yük taşımacılığının yapılması faaliyetlerinin bütünüdür. Havacılık faaliyetleri temelde ticari amaçlarla yapılmaktadır ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte küreselleşmenin de etkisiyle hızla yaygınlaşmaktadır. SHGM'nin tanımına göre *“havayolu taşıma işletmeleri, hava araçları ile ticaret amaçlı, muayyen hatlarda, ücret karşılığı yolcu veya yük taşıması faaliyetinde bulunan işletmeler ile hava eğitimi çalışmaları gerçekleştiren işletmeler”* olarak hizmet veren işletmeler kapsamındadır (web.shgm.gov.tr, erişim tarihi: 10 Nisan 2023).

Havayolu taşımacılığı ulaşım sistemleri arasında en hızlısı olmasıyla birlikte aynı zamanda istatistiklere göre en güvenilir ulaşım yolu olarak görülmektedir. Bu iki avantajı havayolu taşımacılığının iki önemli unsurudur. Havayolu ulaşımında yaşanan kazalar büyük çaplı ve ses getiren nitelikte olsa da IATA 2017 verilerine göre 2016 yılı havayolu taşımacılığı bağlamında tüm uçuşlarda kaza oranları incelendiğinde milyonda 1,08 iken 2012 yılı ile 2016 arasında bu oran beş yıllık zaman diliminde milyonda 2,01 olduğu veriler doğrultusunda ulaşılan istatistiklerdir (www.iata.org, erişim tarihi: 10 Nisan 2023).

2.2.1. Dünyada sivil havacılık faaliyetlerinin gelişimi

Sivil havacılık dünyada teknolojik gelişmelere ve bireysel ihtiyaçların artmasıyla birlikte artan talep nedeniyle çeşitli değişimler ve gelişimler yaşayarak bugünkü durumuna gelmiş gelişmiş bir sektördür. Özellikle teknolojik ve endüstriyel alanlarda yaşanan gelişmelere bağlı olarak dünyada birçok ülkede havacılık faaliyetleri başlamıştır. Özellikle gelişmiş ülke ekonomilerinin havacılığa olan merakı ve yatırımları çeşitli ülkeler de havacılığın gelişmesine katkı sağlamıştır. Sivil havacılık tarihine bakıldığında efsaneler yoluyla günümüze kadar ulaşan bilgiler doğrultusunda milattan önce 3500 yıllarına kadar eski bir geçmişi olduğu ifade edilmektedir (www.icao.int, erişim tarihi: 13 Nisan 2023).

Çizelge 2.1. Kronolojik sıraya göre havacılık tarihindeki gelişmeler

MÖ 2500	“Sümer kralı Etana’nın kartalın sırtında uçtuğu anılmaktadır.
MÖ 1000	İnka’nın kurucusu Auca "kanatlı ve uçabiliyordu" olarak anılmaktadır.
1010 -	Çinliler insanları birlikleri izlemeye götüren uçurtmalar icat etmiştir.
1300’ler	Benedictine keşişi olan Malmesbury’den Oliver, kanatlar yardımı ile belli bir mesafe uçmuştur.
1488-1514	Marco Polo Çin’de insanların uçurtma benzeri araçlarla bir yerden bir yere gittiklerine şahit olmuştur.
1536	İtalya’da, Leonardo da Vinci, kuş kanatlarını model olarak kullanarak uçan makinelerin ilk tasarımını yapmıştır.
1600’ler	Fransa’da Denis Bolor, bir yay mekanizması tarafından çırpılan kanatları kullanarak uçmaya çalışmıştır.
1600’ler	Hezarfen Celebi, Galata Kulesi’nden süzülerek Üsküdar’a güvenli bir şekilde inmeden önce bir miktar mesafe kat etmiştir.
1783	17. Yüzyılda, İngiltere Krallığı Cemiyeti, havacılık ile ilgili çalışmalarını üyelerine yayınlamıştır. Makaleleri okuyup tartıştıktan sonra üyeler yeni bilgiler üretmeye teşvik edilmiştir. Robert Hooke ve Sir Christopher Wrenn gibi insanlar tarafından önemli makaleler yayınlanmıştır.
1804	Montgolfier kardeşler ilk defa bir sıcak hava balonunun insan taşımaması ve havada kalmasını sağlamıştır.
1852	Sir George Cayley dünyanın ilk başarılı model planörünü yapmış ve planör uçuşunu yapmıştır.
1900	Henri Giffard ilk defa bir buhar motoru yolu ile bir hava aracının gücünü sağlamıştır.
1900	İlk defa Zeplin ile uçuş gerçekleşmiştir.
	Wright Kardeşler ilk planör uçuşunu yapmışlardır.
1903	1903 yılında 12 saniyelik kesintisiz uçuşları sonucunda havacılık tüm dünyada hızla gelişme göstermiştir.
1918	ABD’ de New York ve Washington arasında havayolu ile ilk defa posta taşınmaya başlanmıştır.
1926	ABD’de Ford Tin Goose adlı üç motorlu ve önceki uçaklara kıyasla daha çok yük taşıma kapasitesine sahip uçak geliştirmiştir. Bu uçak 1926 yılından 1934 yılına kadar ABD’ deki birçok havayolu işletmesinde kullanılmıştır.”

Havacılık endüstrisinin gelişme göstermesiyle birlikte bu sektörün bir kurallar çerçevesinde düzenlenmesi gerekliliğinden dolayı dünya çapında birtakım düzenlemeler ve kuralların getirilmesiyle bir yönetilme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaca yönelik 1945 yılında “*Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA)*” kurulmuştur. IATA’nın kuruluş amacı havayolu işletmeleri olarak güvenli ve kapsamlı bir hizmet verilebilmesini sağlamak ve bu sayede denetlenebilir, adil rekabet edebilir ve dünyadaki müşterilerine en iyi hizmet verebilmek amacıyla bazı tertiplerin yapılabilir olmasıdır (www.iata.org, erişim tarihi: 13 Nisan 2023).

2.2.2. Türkiye’de sivil havacılık faaliyetlerinin gelişimi

Türkiye, sivil havacılık faaliyetlerine 1912 yılından sonra başlamıştır. İlk önce Atatürk Havalimanı olarak bilinen bölgede komşusu olan Sefaköy’de iki hangarla başlayan ve küçük bir yerde tesis kurulmasıyla oluşum sürecine başlamıştır. Atatürk, “*İstikbal göklerde*”

sözüyle ülkemizin havacılık faaliyetlerine yol göstererek bu alanda bir başarıya işaret etmektedir. Bu dönemde 1925 yılı itibariyle “*Türk Tayyare Cemiyeti*” kurularak havacılık faaliyetlerine başlanmıştır. Bu oluşumun adı daha sonra “*Türk Hava Kurumu*” olarak değiştirilmiştir.

İlk sivil havacılık faaliyetleri, 1933 yılında 5 uçaktan müteşekkil bir filoyla “*Türk Hava Postaları*” adıyla sivil hava taşımacılığının başlangıcı yapılmıştır. “*Havayolları Devlet İşletme İdaresi*” adıyla Millî Savunma Bakanlığı’na bağlı olarak kurulan sivil havayolları ile faaliyetlere başlanmıştır. 1954 yılında bu faaliyetler Ulaştırma Bakanlığı bünyesine alınmıştır. “*Sivil Havacılık Dairesi Başkanlığı*” bu bakanlığa bağlı olarak kurulmuş ve görevine başlamıştır. 1987 yılına kadar faaliyetlerine devam eden bu kuruluş, teknolojik gelişmelerle birlikte “*Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü*” yeni adıyla teşkilatlanmış ve faaliyetlerine devam etmiştir.

Bugün lkemizin havacılıkla ilgili bütün faaliyetleri, “2920 Sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu” ve bu kapsam dahilinde yayımlanan olan “*İdari ve Teknik Yönetmelikler ve Havacılık Talimatları*” kapsamında yrtlmeye devam etmektedir. Havacılık sektörü ileri teknolojiyle birlikte sınır tanımaz bir ne sahiptir. Türkiye olarak bu doğrultuda çağın gereksinimlerine ayak uydurmak amacıyla ve uluslararası havacılık alanında var olan gelişmeleri yakından takip ederek bazı uluslararası organizasyonlara ye olunmuştur. Uluslararası Sivil Havacılık kapsamında “*Uluslararası Sivil Havacılık Anlaşması-Şikago Sözleşmesi*” en önemli ve etkin bir sözleşmedir. Şikago Sözleşmesi, 1945’te imzalanarak ülke olarak bu oluşumda yer almış ve aynı zamanda ICAO’nun kurucu yeleri arasında olmuştur. Ayrıca bölgesel birçok teşkilatlara yeliği olan ülkemizin havacılık çalışmaları milli ve milletlerarası yasalara uygun bir şekilde devam etmektedir (web.shgm.gov.tr, erişim tarihi: 10 Ocak 2023.)

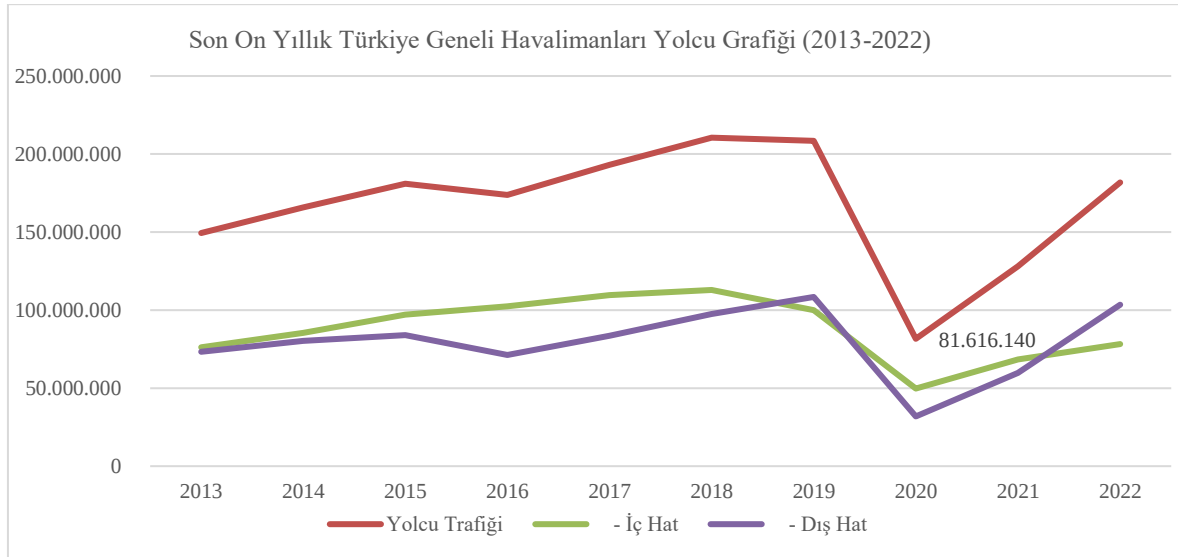
Sivil havacılık alanında ülkemizde 1912 yılı itibariyle çok hızlı gelişmeler yaşanmış ve bundan sonra ilk havaalanı inşaatıyla birlikte başka havaalanları da yapılmaya başlanmıştır. Ülkemizin ilk havaalanı olarak bilinen 1912 yılında kurulan İstanbul Yeşilköy yerleşkesinde aynı isimle kurulmuş olan Yeşilköy havaalanıdır. 1930’lardan itibaren birçok havaalanı yapılmış ve 1947 yılında faaliyete geçen 19 havaalanı mevcuttur (Taşlıgil, 2010).

Türkiye’de yıllara göre yolcu sayılarındaki artışlara bakıldığında en çok artışın 1960’lı yıllardan sonra yaşandığı görülmektedir. Aşağıdaki tabloda tarifeli sefer yapan ve yolcu taşıyan havayolu işletmelerinin listesi yer almaktadır.

Çizelge 2.2. İşletmeler ve toplam uçak sayıları (web.sgm.gov.tr)

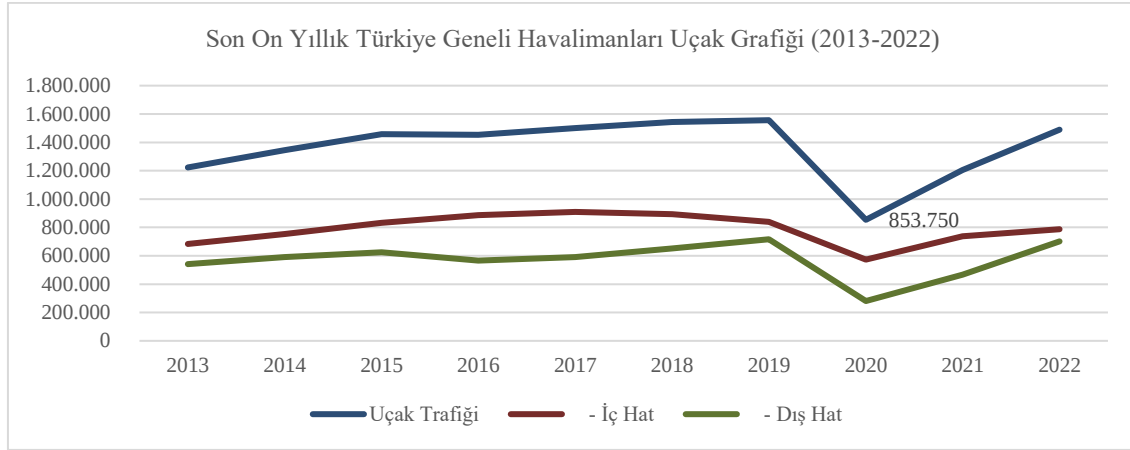
İŞLETMENİN ADI	TOPLAM UÇAK
THY A.O	381
PEGASUS HAVA TAŞIMACILIK A.Ş.	96
GÜNEŞ EKSPRES HAVACILIK A.Ş.	62
TURİSTİK HAVA TAŞIMACILIK A.Ş.	20
HÜRKUŞ HAVAYOLU TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.	10
TAILWIND HAVAYOLLARI A.Ş.	5
MAVİ GÖK HAVACILIK A.Ş.	4
CORTEX HAVACILIK VE TURİZM TİCARET A.Ş.	3
MNG HAVA YOLLARI VE TAŞIMACILIK A.Ş.	7
ACT HAVAYOLLARI A.Ş.	5
ULS HAVAYOLLARI KARGO TAŞIMACILIK A.Ş.	3
AIR ANKA HAVAYOLLARI A.Ş.	2
GENEL TOPLAM	598

Şekil 2.1’de Türkiye’de son on yıllık verilere göre yolcu trafiği istatistikleri gösterilmektedir.



Şekil 2.1. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları yolcu grafiği (www.dhmi.gov.tr)

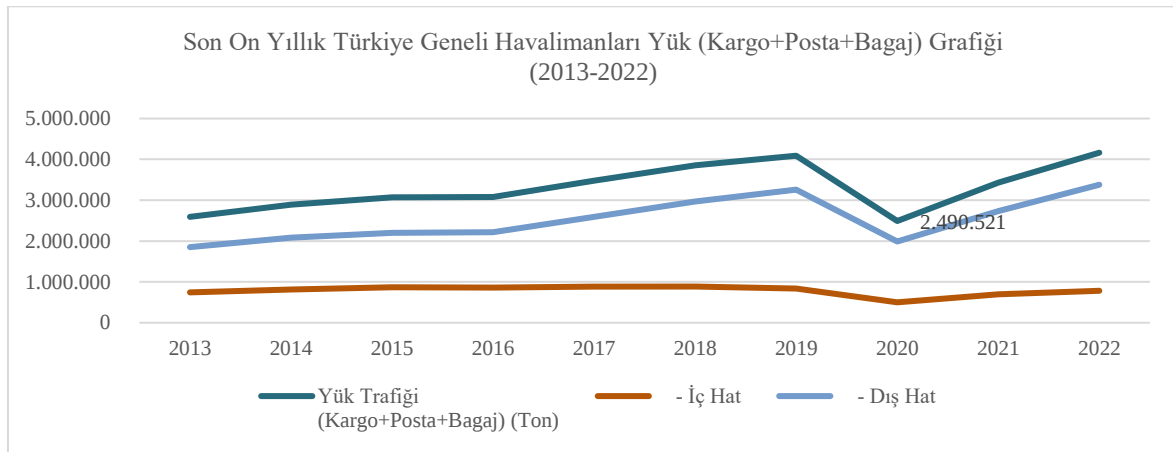
Şekil 2.2’de Türkiye’de son on yıllık verilere göre uçak trafiği istatistikleri gösterilmektedir.



Şekil 2.2. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları uçak grafiği (www.dhmi.gov.tr)

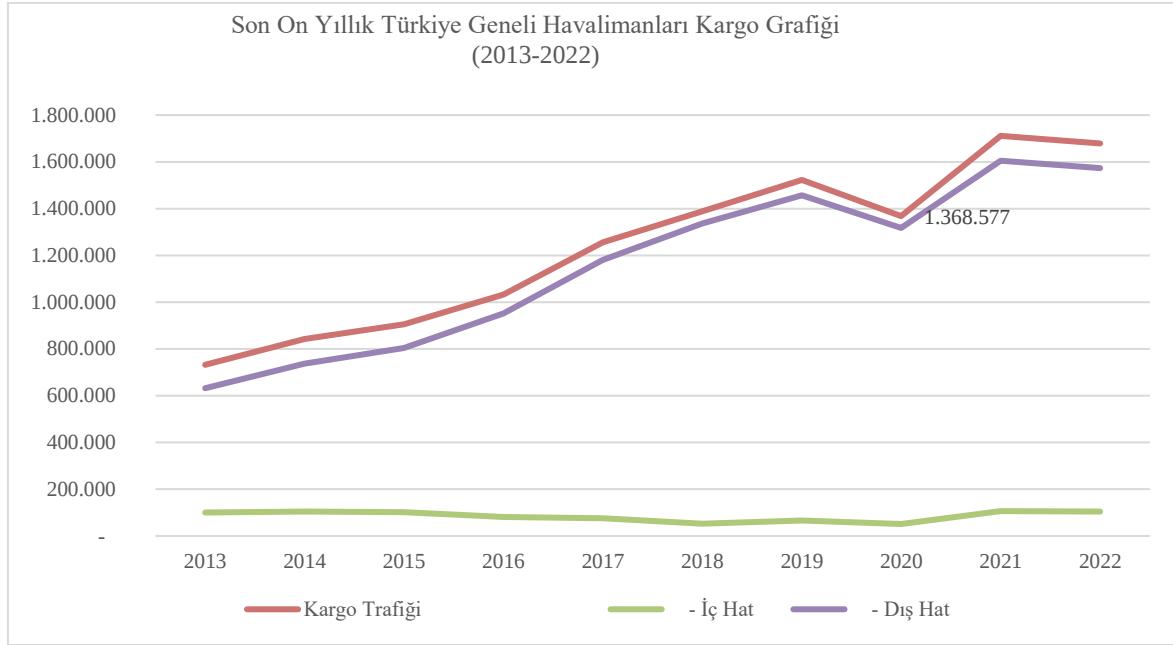
Yukarıdaki istatistiksel verilere göre son on yıllık verilere bakıldığında 2019-2020 yılları arasında yaşanan düşüşün küresel çapta yaşanan pandemiden kaynaklı olarak getirilen yasaklar ve tedbirle kapsamında azaldığı bilinmektedir. Ancak normalleşme dönemine geçildiğinde bu trafik normal bir eğilim göstererek artan bir ivmeyle normal seviyesine dönmüştür.

Şekil 2.3’de son on yıllık Türkiye geneli havalimanları yük (kargo, posta, bagaj) grafiği istatistikleri yer almaktadır.



Şekil 2.3. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları yük (kargo/posta/bagaj) grafiği (www.dhmi.gov.tr)

Şekil 2.4’de son on yıllık Türkiye geneli havalimanları kargo grafiği istatistikleri yer almaktadır.



Şekil 2.4. Son on yıllık Türkiye geneli havalimanları kargo grafiği (www.dhmi.gov.tr)

Genel olarak grafiklere bakıldığında verilerde yaşanan düşüşün nedeninin pandemiye bağlı sonuçlardan kaynaklandığı görülmektedir. Dünya genelinde yaşanan ulaşım kısıtlamalarına rağmen salgın döneminde havayolu taşımacılığı hayat kurtaran, acil destek için kullanılan ulaşım ve tıbbi malzeme desteği gibi pek çok alanda hız ve zaman açısından kayda değer bir öneme sahip olduğunu ortaya koymuştur.

2.2.3. Havayolu taşımacılığının özellikleri

Havacılık sektörü, büyük bir hızla gelişen teknolojiler ve güncellemelerle beraber değişen koşullara uyum sağlayabilmesi gereken önemli bir sektördür. “Dünyanın gelişmekte olan ülkelerinde ve onları izleyen gelişmekte olan ülkelerde seyahat ve turizm başta olmak üzere ticari faaliyetlerin de artmasıyla bu sektör hızla gelişmeye devam etmektedir. Bu gelişmelerin sürekliliğinin sağlanması ve denetimlerinin yapılabilmesi adına gösterilen çabalar, 2000’li yılların başına gelindiğinde bir zorunluluğa dönüşerek sivil havacılık sektörünün ortaya çıkmasında rol oynamıştır.” Bu amaçlar doğrultusunda dünyada en önde gelen seyahat ve turizm işletmeleri sivil havacılık sektörünün yönünü belirlemek amacıyla vizyon ve misyon belirleyerek globalleşen dünyada sektöre yön vermişlerdir. Sivil havacılığın belirlenen vizyonu bu bağlamda “global hava taşımacılığını geliştirmek, turizm, seyahat ve ilgili ticari ortamı canlandırmak ve sürekliliğini sağlamak” olarak belirlenmiştir. Sivil havacılık sektörünün belirlenen misyonu ise “global havacılık sanayisinin güçlü ve

güvenli çevresel koşullar sağlanarak gelişimini sağlamak, lokal kapasitenin artırılması, seyahat ve turizmin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlaması adına ilgili kurum ve kuruluşlar ile stratejik ilişkileri beslemek” olarak ifade edilmiştir (Vural, 2001; Gürses, 2006).

Havayolu taşımacılığını tercih eden bireylerin özelliklerine bakıldığında daha çok eğitilmiş bireylerin tercih ettiği görülmektedir. Bu bağlamda bireylerin eğitim düzeyleri ağırlıklı olarak lise ve üzerinde eğitim almış kişiler olarak gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyiyle bağlantılı olarak havayolu taşımacılığının tercih edilmesi ve bu ulaşım hizmetinden yararlanılmak istenilmesi oldukça etkili bir faktör olmaktadır. Bireylerin havayolu ulaşımını seçme nedenleri arasında hız, seyahat konforu, güvenlik ve en önemlisi de emniyet, fiyat ve dakiklik olarak tespit edilmiştir. Yolcuların havayolu işletmesi tercihlerinde öncelikli faktörlerin tespiti ve analizi açısından havayolu işletmelerinin başarısı ve rekabet avantajındaki konumları oldukça önem taşımaktadır. Özellikle iç hatlarda hizmet veren işletmelerin odak noktası olması büyük avantajlar sağlamaktadır (Gürses, 2006).

Sektörel bazda sivil hava taşımacılığına bakıldığında ekonomik krizlerden, emniyet risklerindeki artışlardan ve güvenlik algısı nedeniyle negatif yönlü etkileyen küresel olaylardan önemli düzeyde etkilenmektedir. “1973-1979 yılları arasında “Petrol krizleri”, 1990-1991 yılları arasında “Kuveyt Savaşı”, “1997 Asya Finans Krizi”, “2001 Dünya Ticaret Merkezi saldırıları” ve 2008 yılında “Dünya Finans Krizi” bu durumlara örnek olarak verilebilir (Yüksel, 2014). Bunlara ek olarak havayolu taşımacılığını diğer ulaşım hizmetlerinden ayıran temel bazı özellikler vardır” (Gerede, 2006).

Çizelge 2.3. Havayolu taşımacılığının özellikleri (Gerede, 2006)

Havayolu Taşımacılığının Özellikleri	
Kar Amacı	“Havayolu işletmeciliğinde öncelikli amaç kesinlikle kar elde etmektir. Buna karşın diğer tür taşımacılıklarda kâr amacı olan veya olmayan taşımacılık söz konusu olabilmektedir.
Kullanılan Hava Araçları	Havayolu taşımacılığında büyük, taşıma kapasitesi fazla, uzun menzilli ve hızlı sabit kanatlı hava araçları, diğer bir ifadeyle uçaklar tercih edilmektedir.
İşlev	Uçak içi eğlence ve yiyecek içecek hizmetleri olmasına rağmen temel amaç insanların, kargoların veya postaların teslim alınan yerden ulaşmalarını istedikleri yere hızlı biçimde taşınmasıdır.
Ölçek	Kullanılan hava araçlarının üretim kapasitesi göz önünde bulundurulduğunda, kapsanan alan geniş ve üretim ölçeği büyüktür.
Kamuya Açıklık	Havayolu taşımacılığında toplu taşıma söz konusudur. Hizmetin karşılığı olan ücreti ödeyen herkes bu hizmeti satın alabilir ve faydalanabilir.”

Havayolu taşımacılığında sunulan hizmetlerin kendine has özelliklerinin yanında hızlı ve yoğun bir rekabet ortamında aktif olarak çalışan işletmelerin iki önemli konuda çabaları tercih edilmektedir. Bunlardan birincisi; “hizmet sunumunda kalitelinin sürdürülebilirliğini ve gelişimini sağlamak” ve diğeri de ise “marka imajını sürekli olarak yükseltmek çabası”dır. “Hizmet sunumunda kalitelinin sürdürülebilirliği bağlamında çalışanların nezaket çerçevesinde yolcular ile daha aktif iletişim kurabilmelerini gerektirirken kaliteli hizmet sunumunun gelişimi uçak içerisindeki hizmet sunumlarının daha fazla çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesini yönünde olmaktadır. Hizmet sunumu adına önemli olan ve hassasiyet gösterilmesi gereken bu hususlar genel başlıklar altında şu şekilde özetlenebilmektedir” (Wells, 1999; Gürses, 2006).

- “Talepteki değişimler karşılığında havayolu ürünü, yani verilen hizmet depolanamaz.
- Hizmetin kişisel olması, yani aynı uçakta seyahat eden her yolcunun kendi bireysel tecrübeleri doğrultusunda, hizmet konusunda farklı değerlendirmeler yapabilmeleridir.
- Zayıf ve kalitesiz hizmet sunumunun telafisi mümkün değildir ve olsa da oldukça zordur.
- Satış öncesinde hizmetin kalitesini tecrübe edilmesi olasılığı yoktur.
- Hizmetin yolcuya ulaştırılması son ana kadar kesinlik göstermemektedir. Teknik arıza veya olumsuz hava koşullarından dolayı müşteriye hizmet sunumunun gerçekleşmemesine neden olabilmektedir.
- Hizmetler büyük bir gruba sunulduğundan dolayı küçük gruplara ayrılarak gerçekleşmektedir.”

Küreselleşmeyle birlikte uluslararası ticaret hacmi büyüme eğiliminde olduğundan ticaret hızlanmış ve ülkeler arasındaki ticari sınırlar kalkmaya başlamıştır. Bununla beraber dünya genelinde rekabet ortamı da değişen koşullara ayak uydurmak için artmaya başlamış ve daha zor hale gelmiştir. Bu rekabet ortamında işletmelerin ölçek ekonomileri de değişmiş ve yönetim anlayışı bağlamında değişimler yaşanmaya başlamıştır. İşletmeler artık küresel rekabetten öteye geçerek küresel rakipleriyle yarışır duruma gelmiştir (Tağraf, 2002).

Küresel pazarlarda rekabetin artmasıyla hareketlilik ve hız kavramlarına önem verilmeye başlanmıştır. Özellikle havayolu işletmelerinde hareket kabiliyeti ile hız rekabetin önemli bir aracı olmuştur. Havacılık endüstrisi rekabet ortamında bu hareketliliğe kolaylık sağlayarak sektöre yön vermektedir. Bu doğrultuda uluslararası ticaretin büyümesiyle ve ulaşım sektörünün yatırımlarında her 100 dolarlık yatırıma karşılık 325 dolarlık kazanç elde

edilmesi olumlu bir yaratmakla sektöre büyük katkı sağlamaktadır (Erel, 2014). Çevreye verilen hasara rağmen sektör büyük anç getisinden dolayı hızla büyüümeye devam etmektedir.

Uluslararası ticaretin gelişmesinde havacılık sektörünün katkısı büyüktür. Bu önemli katkı giderek artarak dünya ticaretinde itici bir güç halini almaktadır. İş seyahatlerinin artması, küresel iş anlaşmaları ve bağlantıları ve birçok ülkeye vizesiz girişlerin olması ülkeler arasındaki hareketliliği arttıran nedenler arasındadır. Ayrıca havacılık sektörünün bir katkısı da ülkeler arasında iletişimi geliştirerek barış ve diplomasiye destekleyici niteliktedir. Bu sektör aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmanın, ekonomik ve sosyal yönleriyle politik ve çevresel alanlara önemli katkılar sunmaktadır. Küresel açıdan ele alındığında ise havacılık sektörünün kültürel ölçekte önemli geçişler ve seyahat özgürlüğü sunma gibi katkıları vardır. Özellikle turizm sektörüne olan katkısı ekonomik ölçekte büyük bir paya sahiptir (ICAO, 2016).

2.3. Havacılıkta Yer Hizmetleri

Havacılık sektöründe havaalanlarında verilen yer hizmeti (handling) kavramı önemli bir sürecin parçasıdır. Bu sürecin içeriğinde havaalanında bir uçağın inişi ile kalkışı arasında verilen hizmetlerin tümü yer hizmetleri kapsamındadır. “Uçuş yapacak yolcu uçağı için terminal içerisinde yolcu trafik hizmetlerini, kargo uçağı için antrepodaki paletleme işlemlerini, iniş yapmış ve uçuşa hazırlanan yolcu uçağı için yükleme, boşaltma, ikram ve teknik hizmetleri” yer hizmetlerine dahildir (Eski ve Tasus, 2018). Havayolu şirketleri ile yapılan belirli sözleşmeler çerçevesinde yer hizmetleri sunulmaktadır. Yer hizmetleri faaliyetleri bu bağlamda havacılık işletmelerinin verdiği hizmetin bir parçası olarak bilinir. Ancak havaalanında ve geniş kapsamlı olarak verilen bu hizmetin havacılık işletmesine ait olmadığı genelde bilinen bir durum değildir. Bu nedenle genel bir kanıya göre yer hizmetleri esas uçuşa eşlik eden ve uçuşun bütüncül değerlendirilmesinde önemli bir ölçüt olarak kabul edildiğinden havacılık işletmeleri yer hizmetlerini önemsemektedirler.

Yer hizmetleri kavramı sivil havacılıkla birlikte havayolu taşımacılığıyla birlikte sektörel olarak devlet kontrolüne alınmıştır. Zamanla yaşanan gelişmeler ışığında bu sektörün serbestlik kazanması ile dünyanın pek çok yerinde farklı süreçlerin yaşanmasıyla bugünkü

şeklini almıştır. İlk olarak Kuzey Amerika’da ve ardından Avrupa ülkelerinde serbest piyasa olmuş ve başka bölgelerde de farklılıklarla birlikte şekil almaya başlamıştır.

Kanada ve Amerika yer hizmetleri sağlayıcıları olan havayolu işletmeleri sayısı oldukça azken iki ülke arasında farklılıklar görülmektedir. Amerika yer hizmetlerinin büyük bir bölümünü havayolu işletmeleri aracılığıyla sağlamaktadır. Bununla birlikte havalimanlarında bağımsız hizmet veren kuruluşların varlığı da bilinmektedir. Fazla uçuş yapmayan Amerikan havayolu işletmeleri yer hizmetlerini dışarıdan temin yoluyla satın almaktadırlar. Özellikle Amerika’da havalimanlarında bulunan yer hizmetleri pazarına girebilmek için bir engel bulunmamaktadır. Kanada’da ise yer hizmetleri pazarı girişe açıktır. Air Canada başta olmak üzere yer hizmetleri faaliyetlerinde bağımsız kuruluşlar bulunmaktadır. Yer hizmetleri alanında hizmet veren kuruluşlar havayolu işletmeleri adına hizmet vermektedirler. Bu hizmetler aşağıda sıralanmaktadır (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2013).

Çizelge 2.4. Yer hizmetleri kuruluşları hizmet alanları

Yer Hizmeti Kuruluşları Hizmet Alanları	Yolcu Hizmetleri • Uçuşa Yolcu Kabulü (Check-in) • Uçağa Yolcu Kabulü (Boarding) • Uçağı Karşılama (Arrival) • Kayıp Bagaj (Lost and Found)
	Ramp Hizmetleri
	Kargo Hizmetleri
	Harekat Hizmetleri

2.3.1. Yolcu hizmetleri

Yolcu hizmetleri, yolcuların havalimanına girişinden itibaren havayolu işletmesinin sorumluluğu altında yer alan hizmetler olarak sunulmaktadır. Check-in işlemi; “yolcuların uçuş öncesinde yapması gereken eylemlerin başında gelmekte olup, bagajlarını kayıt ettirmesi ve uçuş biletini uçağa biniş (boarding) kuponu ile değiştirmesi” olarak ifade edilmektedir (Lee ve Longton, 1959). Bu işlemler arasında check-in faaliyetinin havayolu işletmesinin faaliyetleri arasında nerede yer aldığının bilinmesi önemlidir. Çünkü havayolu işletmelerinin hizmetleri çeşitli ve karışık bir yapıda olduğundan hizmetlerin bir süreç olarak ifade edilmesi kolaylık sağlamaktadır. Bu hizmetlerin temelinde yolcuların güvenli bir şekilde bir yerden başka bir yere taşınması yatmaktadır. Bu hizmetlerin sağlanabilmesi için

başka hizmetlerin de beraberinde sunulması gerekmektedir. Bu kapsamda verilen hizmetler bir zincir şeklinde birbirini takip eden işlemler olarak yürütülmektedir. Porter'ın (1985) ortaya koyduğu değer zinciri anlayışına göre müşterilerin fayda açısından kendilerine sunulan hizmetler karşılığında ödemeye istekli oldukları bedelin temelinde verilen hizmetin içeriğinin ne kadar farklılaştığıyla eş değer olarak işletme içinde ve dışındaki unsurların etkileşimlerini dahil eden bir anlayış hakimdir (Porter ve Millar, 1985). İşletmelerin rekabette avantaj sağlamalarında geliştirdikleri stratejiler değer zinciri oluşturmak için işletmeler için önemli bir faktör olmaktadır.

Uçuşa yolcu kabulü (Check-in)

Check-in hizmetleri havayolu işletmelerinin kendisi tarafından sunulabileceği gibi bu hizmetin sunulmasında işletmeler dış kaynak kullanımı yoluna da gidebilmektedir. Ancak her iki durumda da check-in hizmeti havayolunun sorumluluğundadır. Yolcu açısından bakıldığında sunulan check-in hizmeti doğrudan havayolundan beklentileri şekillendirici özellik taşımaktadır (Gilbert ve Wong, 2003). Dolayısıyla yolcunun beklentileri dâhilinde ele alınan check-in hizmetlerinin havayolu imajına etkileri söz konusu olacaktır.

Check-in hizmetini daha iyi açıklayabilmek amacıyla uçuş operasyonu faaliyetlerini ayrı bir başlık altında incelemek gerekmektedir. Uçuş operasyonu faaliyetlerini uçuş öncesi, uçuş esnası ve uçuş sonrası hizmetler olmak üzere başlıca üç safhaya ayrılmaktadır (Kuyucak ve Şengür, 2009). Güvenlik araması, check-in, pasaport kontrol ve uçağa biniş (boarding) gibi alt süreçler ise uçuş öncesi hizmetler arasında yer almaktadır (Verbraeck ve Valentin, 2002).

Havayolu tarafından sunulan uçuş öncesi hizmetler “check-in, boarding ve terminal içi bekleme salonu hizmetleri”dir. Ancak yolcular açısından ele alındığında bu hizmetler yolcuların havalimanı terminaline girişlerinden itibaren havayolu tarafından sunulan hizmetlerin dışında aldıkları güvenlik araması ve pasaport kontrol gibi hizmetler de dahil olarak kabul edilir. Eğer bir havalimanı terminali içerisindeki uçuş öncesi hizmetlere yönelik çalışma yapılıyorsa güvenlik araması ve pasaport kontrol gibi süreçler de dâhil edilmelidir. Her ne kadar bu hizmetlerin sağlayıcıları havayolu işletmeleri dışında farklı işletme ya da kuruluşlar olsalar da havalimanı terminalinin bütününde yolcunun dâhil olduğu süreçlere odaklanıldığında uçuş öncesi hizmetlerin benzer şekilde işlemesi sağlanmaktadır. Ancak sadece havayolu işletmeleri tarafından yolcuya sunulan hizmetler söz konusu olduğunda

check-in, boarding ve bekleme salonu hizmetlerinin yer aldığı bir çerçeve çizilmesi mümkündür.

Uçağa yolcu kabulü (Boarding)

Boarding: “Check-in(kontrol) işleminin tamamlanmasından sonra yolcuların uçağa binişinden önce dâhil olduğu süreç” uçağa yolcu kabul işlemlerini ifade etmektedir. Bu aşamada kapıda bekleyen yolcuların uçağa alınması için yolcuların boarding kartları kontrolden geçirilir ve yolcuların uçağa alınması sağlanır. Bu esnada uzun kuyruklar oluşabilir. Bekleme hattı olan bu alanda kıt kaynak olarak değerlendirilen kapılar (gate) atama şeklinde sırayla sürecin akışı sağlanır. Burada uçağın yanaşabileceği sınırlı sayıda kapı vardır (Gosling, 1990). Check-in işlemi tamamlandıktan sonra yolcular arındırılmış bölgeye alınır. Boarding sürecinde yolcuları bilgilendirmek ve yönlendirmek amacıyla yapılan “anonslar, kontroller, çalışanların yardım etmesi, yolcuların uçağa girişinin sağlanması” gibi hizmetler havayolu hizmet kalitesi algısı bağlamında yolcuların algılarını etkileyen bir unsurdur (Liou ve diğerleri, 2011).

Uçağı karşılama (Arrival)

Yolcu karşılamakla görevli olan personel tarafından yapılması gereken ön hazırlıklar bu hizmet kapsamında yer almaktadır. Uçağın karşılanmasında yapılacaklar belirli bir sıraya göre yapılır.

Bu sıraya göre aşağıdaki tablodaki yol ve yöntemler takip edilir (SHGM, 2016).

1. Uçağın tahmini varış saati öğrenilir.
2. Gecikme var ise ilgili birimlere bilgi verilir.
3. Karşılanacak uçağın park yeri alınır. Eğer uçak körüğe park etmemiş ise gelen yolcu sayısına göre transfer işlemi için otobüsler ayarlanır.
4. Karşılanacak seferle ilgili gerek mesajlarla gerekse on-line olan istasyonlar için sistemden tüm bilgiler alınır.
5. Yolcu Servis mesajları kontrol edilir.

6. INAD, DEPU, WCHR, UM vb. özel ilgiye ve hizmete ihtiyaç duyulan yolcu var ise ihtiyacına göre hazırlıkların yapılması için hizmet alınacak birim ve kişilerle gerekli koordinasyon kurulur.
7. Bağlantısı olan yolcuların seferleri için yeterli sürelerinin olduğu kontrol edilir.
8. İç hat geliş seferleri için dış hat transit yolcu sayısı alınır. Yolcuların iniş işlemleri
9. Kullanılacak körüğün/salonun teknik ve temizlik açısından uygunluğu kontrol edilir.
10. Yolcuların uçaktan varış salonuna transferi otobüslerle yapılacak ise otobüs için gerekli koordine sağlanır.
11. Uçağın boşaltılmasıyla görevli personel ile koordine kurularak, uçak kapısında teslim edilmesi gereken tekerlekli sandalye, bebek arabası gibi bagajların uçak kapısına çıkarıldığının takibi yapılır.
12. Yer hizmet görevlileri tarafından, merdivenler veya köprüler uçağa doğru ve güvenli şekilde yanaştırılır. Pilot'a veya Kabin görevlisine verdikleri tamam işaretinden sonra uçağın kapıları kabin görevlisi tarafından açılır.
13. Uçağın kapısı açıldıktan sonra uçuş ekibinden gerekli bilgiler alınır.
14. Özel hizmet gerektiren yolcu varsa uçak içinde anons edilmesini sağlanır.
15. Yolcular otobüsle taşınacaklarsa, otobüsler çok fazla yüklenmez, eğer sınıf farklılığı var ise de farklı araçlar kullanılır.
16. Yolcular yürümek durumunda iseler, kat edecekleri mesafede güvenlik önlemleri alınmalı ve yer hizmet görevlileri tarafından eşlik edilmelidirler.
17. İç hat ve dış hat transit yolcular karşılanıp, yönlendirilir.
18. Yolculara bagajlarını nereden alabileceklerinin bilgisi verilir.
19. Tüm yolcunun tahliye edildiğinin teyidi uçuş ekibinden alınır.
20. Kabin görevlileri biliyorlarsa, varış meydanındaki lokal Polis ve Gümrük hizmetleriyle ilgili bilgileri yolculara aktarırlar.

Kayıp bagaj (Lost/Found)

Yolcuların pasaport işlemleri tamamlandıktan sonra bagajlar uçaktan alınıp bagaj alım bölgesine ivedilikle götürülmelidir. Bu durumda öncelikli bagajlar ilk olarak alınır ve ilk sırada onlar bant sistemine konulur.

Hasarlı Bagaj: Kabul işleminin tamamlanmasından sonra taşıyıcı tarafından hasarlı olarak teslim edilen bagaj hasarlı bagajdır. Bagaj teslimi esnasında hasarlı bagaj varsa yolcu

“Hasarlı Bagaj Raporu” raporu doldurur. Raporun doldurulma zamanı varış anıdır ve ilk 7 günlük zaman içinde bu rapor yazılı hale getirilmelidir. Raporu tutarken bagajın üzerinde sınırlı sorumluluk etiketinin (Limited Release Tag) olduğuna bakılmalı, hasar yolcunun önünde incelenmelidir.

Kayıp bagaj: Varıştan sonra meydana bulunamayan yolcu bagajı, kayıp bagaj olarak nitelendirilir. Kayıp bagajlar ya yüklenmemiş ya da tamamen kaybolmuş demektir. Kayıp bagaj hemen aranmaya başlanır. Yolcu kayıp bagaj için kendisine verilen kayıp bagaj formunu doldurur. Takip süreci başlar ve bu süreç dahilinde yolcuya bilgi verilir. Birçok havayolu işletmesi tarafından bagajlarda yaşanan aksaklıklar için “World Tracer” isimli bir sistem kullanılmaktadır. Bu sistem dünya genelinde yaygın olarak kullanılan basit ve kolay bir sistemdir. Sistem aracılığıyla bilgiler dünya genelinden toplanarak aranan bagajlar için bir veri oluşturulur ve bagajların bulunması için karşılaştırma yapılır. Bu sistem sayesinde kayıp bagajların bulunması işlemi daha kısa sürmektedir (SHGM, 2016).

2.3.2. Ramp hizmetleri

Ramp Hizmeti (ramp service): Aprona giren uçakların park işlemleri, yolcuların binişi, bagajlarla ve kargoların yükleme ve boşaltma işlemleri ile apronda ihtiyaç duyulan diğer hizmetlerin bütünü ramp hizmetleri kapsamındadır (SHGM, 2015).

2.3.3. Kargo hizmetleri

Havayolu taşımacılığında kargo hizmetleri kara yolu ve diğer kargo işlemlerinden farklı şekilde ilerleyen bir sisteme bağlıdır. Her kargo niteliğine göre ayrı işleme tabi tutulur ve belirli aşamalardan geçirilerek kargo alımı ve teslim süreci işletilir. Görevli kargo memuru tarafından kargo rezervasyonu alındıktan sonra Gümrük mevzuatına göre beyanname esasınca kargolar hazırlanır. Uçağın tipine göre yığılma ve yerleştirme işlemleri yapılır. Bütün bu işlemler kargo memuru tarafından yapılır. Kargoların yüklenmesi sırasında dikkat edilecek hususlar belirli bir standartta takip edilir. Kargoların özel durumu varsa bu haller önceden belirtilir. Örneğin kırılacak bir eşya ya da canlı hayvan taşınması farklı işlemler gerektirir. Kargoların üzerinde kargoların özel durumlarına yönelik etiketlemeler yapılır ve istifleme işlemleri bu etiketler dikkate alınarak yapılır. Kargolama işlemlerinde IATA standartlarına uygun paketlenme ve taşıma işlemleri uygulanır. Konşimentolar ve gümrük beyannamesi

işlemleri tamamlanmış kargolar, havayolu tarafından belirtilen şekilde planlanmaya alınır ve kargo figürü bilgisi görevli harekât memuruna iletilir (SHGM, 2015). Ramp hizmetleri uçuş sürecinin içinde yer alan bir hizmet olarak harekât hizmetlerini de kapsamaktadır. Yer hizmetleri başlığı altında hareket hizmetleri de ele alınmaktadır.

2.3.4. Harekat hizmetleri

Ülkemizde Sivil Havacılığa yön veren bir otorite olarak “Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) Havalimanları Yer Hizmet Türleri ve Detayları Talimatı” yönetmeliğine göre yapılan işler yük kontrolü ve haberleşme başlığı altında ifade edilmiş ve bu başlıklarda yapılan işler ise yük kontrolü, haberleşme ve kalkış kontrol hizmetleri (DCS) olarak üç alt başlık altında toplamıştır (SHY-YHT). A grubu havaalanları ruhsatına sahip Havaş’ın resmi internet sitesinde yer alan bilgiye göre “*yük kontrol ve haberleşme hizmetleri*”; “yük kontrolünün sağlanması, uçuş dokümanlarının hazırlanması ve uçak hizmet koordinasyonunun sağlanması” şeklinde ele alınmıştır (Havaş, 2023). Yük kontrol ve haberleşme hizmetleri; yük kontrol ve uçağa verilen hizmetlerin koordinasyonu olarak ikiye ayrılmış olarak harekât hizmetleri kapsamında ele alınmaktadır.

3. HİZMET KAVRAMI

Hizmet; “tüketicilerin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldıkları faydalar” olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz ve diğerleri, 2007). Kotler (1991) hizmetin, “özünde dokunulamaz, işlemin sonucunda herhangi bir şeyin mülkiyetinin olmadığı, bir grup insanın diğer kişiler için yerine getirecekleri herhangi bir faaliyet veya fayda” olduğunu ifade etmekte ve “söz konusu hizmetin, üretiminin fiziksel bir mala bağlı olabileceğini veya olmayabileceğini” vurgulamaktadır (Örs, 2007). Lovelock’a (2000) göre hizmet, “bir taraftan diğer bir tarafa sunulan bir hareket veya performans” olarak açıklanan bir göstergedir (Yıldız, 2009).

3.1. Hizmetin Özellikleri

Hizmetler genelde dört temel özelliğe sahiptir. Bu özelliklerin başında soyut olması gelmektedir. Hizmette emek yoğunudur ve bu nedenle hizmet kavramı heterojendir. Bir başka özelliği de hizmetin dayanıksız olması yani stoklanamamasıdır. Hizmetin bir özelliği de ayrılmazlık (eş zamanlık) özelliğine sahip olmasıdır yani hizmette üretim ve tüketim birbirinden ayrılmaz bir bütün olarak kabul edilmektedir (Özkul ve Bozkurt, 2006).

3.1.1. Soyutluk

Mallar ve hizmetlerin temel farkı hizmetlerin soyutluk bir nitelikte olmasıdır. Yani hizmet, dokunulamaz, kolayca tanımlanamaz ve formüle edilemez bir yapıdadır (Karaahmetoğlu, 2008). Hizmetler, “fiziksel bir karşılığı olmayan, elle tutulup gözle görülemeyen, koklama, tatma, işitme gibi duyular yardımıyla insanların hakkında fikir edinemediği şeyler” olarak soyutluk anlamında tanımlanır. Hizmet satın alındığında onu temsil eden şey genelde somut değildir.

3.1.2. Heterojenlik

Hizmetlerin üretilmesi veya sunulması insanlar aracılığıyla yapıldığı için iki hizmetin aynı olması imkansızdır. Her hizmet aynı bir hizmet birimi tarafından verilse de farklılıklar gösterir. Havayolu şirketlerinde verilen hizmetin içeriği genelde aynı kapsamda olsa da veriliş şeklinde farklılıklar vardır. Algılanan hizmet kalitesi bu nedenle kişiden kişiye,

müşterilere göre, hizmeti sunan işletmeden işletmeye ve çalışanlarına göre değişiklik göstermektedir. Burada hizmeti oluşturan hizmeti sunan personel hizmeti kendisi kabul edilir. Çalışanların performansları ise günden güne değişebilmekte ve dolayısıyla farklılaşmaktadır. Ayrıca her müşterinin beklentisi ve algıladığı hizmet de farklı olduğundan ortaya çıkan hizmetler türdeş olmayıp heterojen bir yapıdadır. Hizmetin bu özelliği bir sorun olarak görülmekte ve bu sorun standartlaştırma ve kalite kontrol faaliyetlerini zorlaştırmaktadır. Heterojen bir yapıya sahip olan hizmet işletmelerinde kalite ve içerik, hizmeti sunan kişiden kişiye, müşteriden müşteriye, hatta günden güne değişiklik gösterebilmekte ve buna bağlı olarak hizmet kalitesinin standart hale gelmesi zorlaşmaktadır (Öztürk, 1998; Ada ve diğerleri, 2005).

3.1.3. Dayanıksızlık

Dayanıksızlık; “hizmetlerin stoklanamaması, saklanamaması, iade edilememesi ve yeniden satılamaması” demektir. Örneğin bir uçuşta boş kalan koltuklar için stoklama, sonradan değerlendirilme olanağının olmaması hizmetin dayanıksızlık özelliğindendir. Bu nedenle hizmetlerde talep değişkenlik gösterir ve talep genelde düzensizdir. Hizmetin talebi yıllara göre, mevsimsel olarak veya konjektürel gerekçelerle dalgalanmalar göstermektedir. Hizmetlerin dayanıksızlığı niteliğinden dolayı ve alebin inişli çıkışlı olması hali hizmet işletmesi yöneticilerinin arz ve talebi eşleştirmek için hizmet planlaması, fiyatlama ve satış çabalarına ilişkin önlemler almasını gerektirir (Öztürk, 1998).

3.1.4. Ayrılmaz (Eş zamanlı üretim ve tüketim)

Mamuller üretildikten sonra stoklanır ve daha sonra satışı yapılır ya da kullanıma hazır hale gelir. Ancak hizmetlerin bir üretim sürecinde üretim ve tüketim birlikte yapılır. Örneğin bir yemeğin hazırlanması ve servis edilmesi hizmet açısından bir bütündür. Hatta bu süreçte müşteri de bu hizmetin bir parçası haline gelir. Başka bir yönden bakıldığında ise hizmet üretilme sırasında müşteriler genellikle birbiriyle etkileşim halinde bulunurlar ve birbirlerinin deneyimlerini etkilemektedirler. Eş zamanlı üretim ve tüketimin bir sonucu olarak hizmet üretenler kendilerini ürünün bir parçası ve müşterinin hizmet deneyiminin önemli bir girdisi olarak görürler. Pazarlama açısından ele alındığında üretim ve tüketim ayrılmaz bir bütündür ve bu ilkeye göre “hizmetlerden doğrudan satışı çoğu kez mümkün olan tek dağıtım kanadı haline getirmekte ve bir hizmet birden fazla pazarda

satılamamaktadır” anlayışı vardır. Bu niteliğinden dolayı hizmetin faaliyetleri kısıtlayıcı etkisi de vardır (Öztürk, 1998 ; Örs, 2007).

Pazarlama boyutları açısından hizmetlerin ayrılmazlık özelliği şu şekilde ifade edilmektedir (Karaahmetoğlu, 2008):

- *Hizmetin müşterisi alıcısı olduğu hizmetin üretim sürecinde bulunur, bunu bir tanık olarak yaşar.*
- *O an hizmet edilen müşteriden başka, hizmetten yararlanacak diğer müşteriler de üretim sürecini bir tanık olarak yaşarlar. Kuyruktaki müşteriler gibi.*
- *Hizmetlerin merkezi bir biçimde, kitlesel olarak üretilmeleri çoğu zaman zor hatta olanaksızdır. Fiziksel mamul üretiminde olduğu gibi fabrikasyona gidilemez.*

3.2. Hizmet Kalitesi

Kalite kavramı kişiden kişiye değişen ve herkesin genelde bir fikir sahibi tüm bakış açılarıyla bir bütün olarak düşünülebilecek bir olgudur. Bu nedenle herkesin kalite anlayışı farklılık göstermektedir. Alan yazında kalite müşteriler, tedarikçiler, üreticiler, hizmet sağlayıcılar ve çalışanlar açısından kalite kavramı gerçek kalite ve algılanan kalite olmak üzere ikiye ayrılır. Gerçek kalite, “bir işletmenin yerine getirmek üzere yola çıktığı hedeflere varması” olarak tanımlanır. Gerçek kalitede ürünün veya hizmetin belirlenen şartlara uyması esastır. Algılanan kalite ise müşterinin beklentisi olan kalite kapsamında şartlara uygunluktur. Gerçek kalite, algılanan kaliteyi karşılayamadığı sürece etkili olamamaktadır. İşletmeler açısından ürün ve kalite her ne kadar belirlenen şartlara uygun olsa da müşterinin algıladığı kaliteye göre yetersizlik her zaman söz konusu olabilir. Algılanan kalitenin etkisi tatmin açısından bir kriter olmaktadır. Bu açıdan müşterilerin kalite beklentileri farklı olduğundan tatmin duygusunun karşılandığı kadar memnuniyet ve kaliteli olabilme gerçekleşecektir. Algılanan kalitenin belirleyicisi olan tatmin, “bir hizmet alımı sırasında müşterinin hizmetten aldığı faydayı beklentileriyle karşılaştırması sonucunda oluşan memnuniyet göstergesi” olarak ele alınmaktadır (Hacıfendioğlu ve Koç, 2009).

Müşteriler kaliteyi algılarken tatmin olup olmadığına göre ve beklentisinin ne derece karşılandığına göre hizmeti karşılaştırır. Müşteri tatmini, bir defa yapılan alışveriş neticesinde oluşan müşteri memnuniyetidir. Kalite kavramının çıkış noktası, üretim

sektöründeki kalite olgusundan beklenen ölçütlerden yola çıkılarak şekillenmiştir. Crosby tarafından kalite “kullanıma uygunluk” olarak belirlenen bir ölçüttür. Burada ürün tabanlı kalite esas alındığından hizmet anlayışına göre kalite olgusunun tanımlanması için bu tanım eksik kalmaktadır. Çünkü, hizmet homojen değildir, ayrılmazlık özelliği vardır ve her sektörde tanımlanan kalite farklılık göstermektedir (Chen ve Chang, 2005).

Kalite, “müşterilerin ihtiyaçlarını tatmin edebilecek mal ve hizmetlerin üretilmesi, işletmenin faaliyet verimliliğinin artırılması ve etkin bir maliyet kontrol süreci ile maliyetlerin düşürülmesinde stratejik bir araç” olarak belirlenmektedir. Hizmet sektöründe bu nedenle kalite kavramının tanımlanması ve ölçülmesi daha zordur. Hizmet sektörü bağlamında kalite; “müşterinin ihtiyaç ve beklentilerine uygunluk, sürekli başarı, sunulan hizmetin eksiksiz ve hatasız gerçekleştirilmesi, ölçülebilen ve değerlendirilebilen müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı bir unsur” şeklinde ifade edilen bir ölçüttür (Murat ve Çelik, 2007).

Hizmet işletmelerinde kalitenin ölçülmesi, değerlendirilmesi, uygulanması ve denetimi hem daha zor hem de karmaşık bir olgudur. Hizmetin içeriğinde nesneler değil daha çok performans vardır ve aynı kalite her defasında aynı şekliyle müşteriye ulaştırılamaz. Hizmetin kalitesinin oluşturabilmesi için bir ön üretim aşaması olmadığından hizmet, kaliteli bir hizmet sunumunu garantilemeyi mümkün olmadığı da bilinmektedir. Bu nedenle hizmetten önce kalitenin sayılması, stoklanması, test edilmesi ve doğrulanması mümkün değildir. Özellikle emek yoğun hizmet sektörlerinde hizmet kalitesi günden güne dahi değişiklik göstermektedir. Hizmet kalitesi, hizmetin ulaştırılmasında, müşteri ile hizmet veren personelin etkileşimi sırasında oluşmaktadır. Bu durumda hizmet kalitesinin ölçütü hizmet veren personelin performansı ile ölçülmektedir ve bu ölçüt fiziksel olarak kontrol edilemeyecek bir örgütsel kaynaktır (Öztürk, 1998). Hizmet soyut olduğundan dolayı hizmet kalitesi de soyut bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle literatürde hizmet kalitesi yerine genellikle “algılanan hizmet kalitesi” ifadesi kullanılmaktadır (Devebakan ve diğerleri, 2003). Hizmet kalitesinde ölçüt, müşterilerin beklentisinin ne kadar karşılandığı ile ilgili bir ölçüdür (Ersöz ve diğerleri, 2009).

Hizmetin ölçülmesinde bazı sayısal özelliklerle kalite standartları oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bu kalite standartları müşteriye ayrılan zaman, müşterinin bekleme süresi gibi değişkenlerden oluşabilir. Ancak müşteriye güler yüzlü davranılması, gösterilen ilginin

derecesi gibi soyut kavramların ölçümlenmesi zordur (Öztürk, 1998). Bu nedenle müşteri beklenti ve algıları arasındaki farkları ve çelişkileri ortaya koyarak bu ilişkinin yönünü ve derecesini belirlemek amacıyla çeşitli hizmet kalitesi modelleri geliştirilmiştir. Bu sayede müşterilerin beklentisi olan şeyleri belirlemek ve istemediği şeyleri de tanımlayabilmek kolaylaşmaktadır (Chen ve Chang, 2005).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından yapılan araştırma sonucuna göre hizmet kalitesi kavramı ile ilgili şu sonuçlara ulaşılmıştır (Yılmaz ve diğerleri, 2007). “

- 1) *Müşterilerin hizmet kalitesi algılaması, hizmete ulaşmadan önceki beklentileri ile gerçekleşen deneyimlerini karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar. Eğer beklentileri karşılanmış ise, hizmet tatminkârdır.*
- 2) *Hizmetin müşteriye nasıl ulaştırıldığı, müşteri açısından çok önemlidir.*
- 3) *Müşteri ve işletme temsilcisi arasındaki etkileşim ve işletmenin sorunu etkinlikle çözümü, kalitenin algılanmasında önemlidir.”*

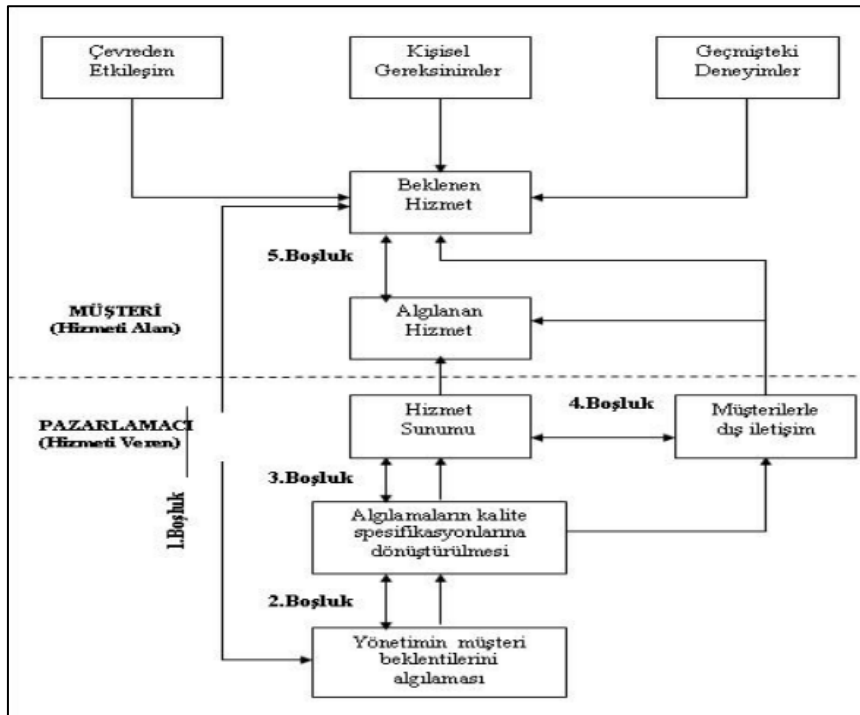
Hizmet kalitesinde geçmiş müşteri memnuniyeti ile müşteri bağlılığı arasında kuvvetli bir ilişki olduğu vurgulanmaktadır vardır (Lin, 2010). Hizmet kalitesinin en geniş tanımına göre “müşteri beklentilerini karşılamak için üstün ya da mükemmel hizmetin verilmesi” olarak algılanmaktadır. Başka bir ifadeye göre “bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme ya da geçebilme yeteneği” olarak görülmektedir. Bu iki tanımın ortak yönü hizmet kalitesinin belirleyicisinin müşteri beklentileri olmasıdır (Okumuş ve Duygun, 2008).

3.3. Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi; SERVQUAL Modeli ve Quadrant Analizi

Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi sürecinde ilk olarak hizmet kalitesinin ölçülmesi aşaması yer almaktadır. İşletmeler mevcut kalitesi hakkında doğru bilgileri elde edebilirse sonraki adımları belirlemesi daha kolay olacaktır (Eleren ve diğerleri, 2007). “Ölçemediğiniz şeyi iyileştiremezsiniz” anlayışı ile hareket edildiğinde ve sistematik bir çalışma ortaya konulduğunda hizmet kalitesinin ölçümlenmesi mümkün olmaktadır. Hizmet kalitesi, müşterilerin beklentileri ve hizmet sunumu ile algıladıkları arasındaki farkın indeksi olarak kabul edilir (Ersöz ve diğerleri, 2009).

3.3.1. SERVQUAL modeli

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde çeşitli modeller kullanılmaktadır. Bu modeller arasında en çok bilineni ve yaygın olarak kullanılan model Parasuraman, Zeithaml ve Berry (PZB) tarafından 1985 yılında geliştirilmiş olan “SERVQUAL” modelidir. (Usta ve Memiş, 2010). Son yirmi yıllık zaman dilimine bakıldığında hizmet kalitesi ölçülmesinde kullanılan modellerin çoğu bu modele dayanmaktadır. Parasuraman vd. (1985) hizmet kalitesi kavramına daha geniş bir açıdan bakarak hizmet kalitesini ölçmek amacıyla SERVQUAL modelini geliştirmiştir (Yıldız, 2009). Bu modelin bir diğer imi de fark analizidir. Bu model, onaylamama paradigması esasına dayanmaktadır. Bu paradigmaya göre, “müşteri beklentisi ile müşterinin elde ettiği hizmet birbiri ile tam olarak örtüşüyorsa, bu durumda beklenti ile algılanan performans birbirini onaylıyor” ifadesi ortaya çıkmaktadır. Tersine beklenti ise müşterinin kazanımı olan hizmetten daha fazla olduğu durumlarda ortaya çıkan veya elde edilen hizmet, müşteri beklentisinin üzerinde olduğu zaman sırasıyla negatif ve pozitif onaylamama durumunun oluşmasıdır. Bu bağlamda hizmet işletmelerinin belirlemesi gereken hedef müşteri beklentisinin ötesine geçemediğinde en azından müşteri beklentisine eş değer bir performans gösterilmesidir (Okumuş ve Duygun, 2008).

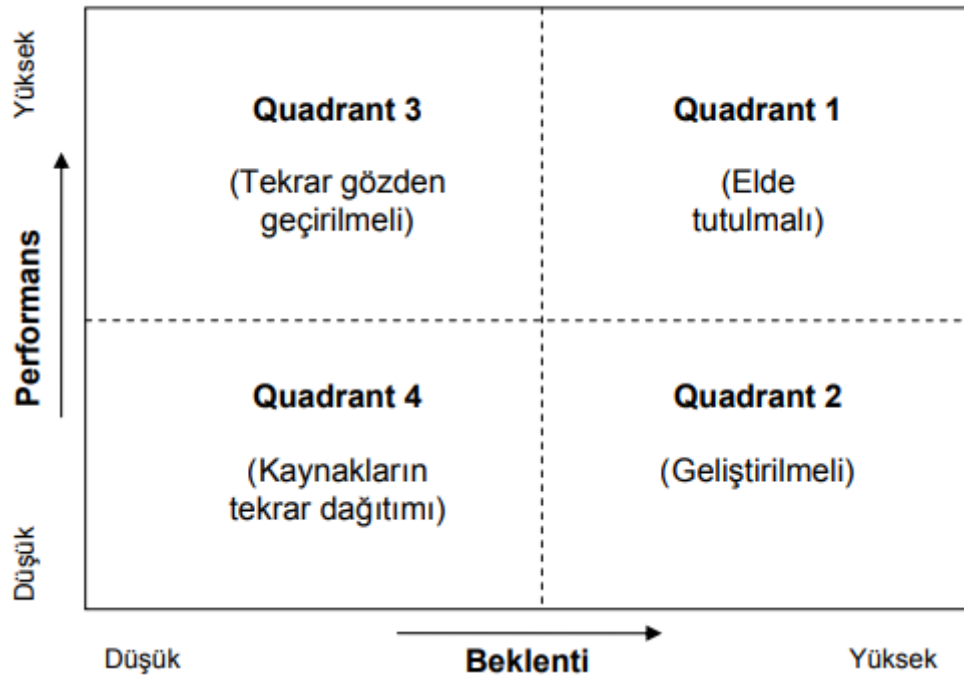


Şekil 3.1. Servqual modeli akış şeması (Parasuraman, Berry ve Zeithalm, 1985)

3.3.2. Quadrant analizi

Değişkenler arasındaki ilişkiyi grafik olarak ifade etmeye olanak sağlayana ve pazarlama araştırmalarında sıklıkla kullanılan ve veri/ bilgi üretmeye yarayan bir teknik olan quadrant (çeyrek daire) analizidir. Bu analiz sayesinde iletişim kurmak daha kolay sağlanır, anlamak ve yorum yapmak da görsellerle sağlanarak sonuçlar elde edilir. Bu sonuçlar ise stratejik planlamalar ve kararlar için önemli olmaktadır (Hernon ve Altman, 1998).

Quadrant analizinde iki ölçüt kullanılır. Veriler tanımlanan bu iki ölçütle dört çeyrek daireye yerleştirilir. İlk ölçütte müşterilerin beklentilerini yansıtan önem gösterilir. İkinci ölçütte müşterilerin hizmetten beklentilerinin karşılanmasını ifade eden algılamalarının derecesini gösterir.



Şekil 3.2. Quadrant analizi (Bulgan, 2002)

Quadrant analizi için kullanılacak veriler SERVQUAL yöntemiyle elde edilmelidir. Her iki ölçüt için eğer ortalamalar biliniyorsa dört çeyrek daireli grafik tablosu çizilir. Her bir nitelik için boşluk ayrı hesaplanarak çizilir. Koordinatlar kesikli çizgilerle belirlenen beklenti ve performansın ortalamasının yerleşimiyle belirlenir. Her bir çeyrek ayrı ayrı değerlendirilir ve yorumlanır.

Quadrant 1 beklentilerin çok önemli olduğunu gösterir. Bu kısımda beklentiler karşılanmalı ve müşteriler elde tutulmalıdır. Quadrant 2'ye düşen beklentiler müşteriler için geliştirilmesi gerekir. Quadrant 3 kullanıcılar için çok önemli olmasa da düşük çıkan beklentilerin karşılanması için ayrılan kaynaklar tekrar gözden geçirilerek değerlendirilmelidir. Quadrant 4 ise kullanıcıların ve hizmet sağlayıcıların önem vermediği ya da görmezden gelinen alanları gösterir. Buradaki nitelikler rakipler dikkate alınarak gözden geçirilir. Kesikli çizgiler ölçeğin araştırmada elde edilen veriler kullanılarak çizilmesiyle oluşturulmalıdır. Bu yöntemle beklenti tercihleri açıklanamaz ancak quadrant oluşturularak ortalamanın altında ya da üstünde diye yorum yapılabilir (Hernon ve Altman, 1998).

4. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Yapılan literatür araştırmasında havayolu ulaşımında hizmet kalitesi ölçümlerine rastlamakla beraber çalışmalarda; uçuş öncesi, uçuş sonrası, kabin içi hizmetlerin ya tamamı ya da check-in süreçleri, bagaj süreçleri, kabin içi hizmetler gibi spesifik süreçlerin hizmet kaliteleri ölçülmüştür. Dolayısıyla yer hizmetleri kuruluşlarının sunduğu hizmetlerin havayolu hizmet kalitesine spesifik olarak etkisinin ölçüldüğü çalışmaya rastlanmamıştır.

“Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi: Havalimanı İşletmesinde Bir Uygulama” (Doğan, 2020) konulu yüksek lisans çalışmasında havalimanı işletmesinde, hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti ilişkisinin, müşterilerin demografik özelliklerine göre değerlendirilmesine yönelik araştırma çalışması yapmıştır. Yapılan uygulama ile havalimanı işletmesinin kara tarafı olarak adlandırılan terminal bölümünde hizmet alanların farklı demografik özellikleri dikkate alınarak, hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin bu değişkenler açısından değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda katılımcıların genel olarak beklentilerinin karşılandığı, havalimanı işletmesinin vermiş olduğu hizmetlerin kalitesinin görece iyi bir düzeyde olduğu ve müşterilerin genel olarak memnun oldukları görülmüştür.

“Düşük Maliyetli Havayolu Şirketlerinde Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Bir Araştırma” (Toprak, 2019) konulu yüksek lisans çalışmasında düşük maliyetli havayolu şirketlerinin web sitelerini kullanarak hizmet alan kullanıcıların memnuniyet durumlarını analiz etmek için servqual ve webqual ölçeklerinden yararlanılarak bir soru formu uygulamıştır. Yapılan uygulama sonucunda düşük maliyetli havayolu şirketlerinde web sitesi hizmet kalitesi algısı ve bunun müşteri memnuniyetine etkisini belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda web sitesi hizmet kalitesi algısının müşteri memnuniyet algısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Hizmet kalite algısının müşteri memnuniyet algısını açıklama oranı %65 (Uyarlanmış $R^2=0,648$; anlamlılık=0,000) olarak elde edildiği görülmüştür.

“Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesi Ölçümü” (Anlı, 2019) konulu yüksek lisans çalışmasında Parasuraman, Zeithaml ve Berry Tarafından geliştirmiş olan “Servqual Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli” kullanılmış ve Türkiye’de havayolu sektöründe hizmet veren bir firmanın verdiği hizmetin kalitesinin ölçümü ve iyileştirme alanlarının ortaya konması için

havayolu yolcularına SERVQUAL modeli anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, SERVQUAL skorlarının pozitifte yakın çıktığı, özellikle hizmet kalitesinde fiziksel özellikler ve empati boyutlarına ait SERVQUAL skorları; müşterilerin genel olarak; şirket ve şirket çalışanlarının yolculara yeterli ilgi göstermesi ve yolculara değer verdiğini göstermesi konusunda tatmin olduklarını bunun yanı sıra uçak içinin(koltuk konforu, koltuk arası mesafesi vb. gibi) ve dışının görsel çekiciliği, hizmetleri gerçekleştirmek için kullanılan bütün yardımcı ekipman ve malzemedan memnun kaldıkları görülmüştür. Fakat güvenilirlik ve isteklilik boyutlarında aynı başarıdan söz edilemediği, müşterilerin en fazla önem verdiği güvenilirlik boyutu için algı puanları ve beklenti puanları arasındaki fark diğer dört boyuta göre daha yüksek olması nedeniyle hizmet kalitesinin düzgün bir şekilde yönetilmesi adına problem çıkardığı görülmüştür.

“Türk Havacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Analizi” (Şeleci, 2018) konulu yüksek lisans çalışmasını Türk Havayolu şirketi yolcuları üzerinde yapmıştır. SERVQUAL ölçekleri belirlenerek müşterilere online ortamda anket uygulanmıştır. Çalışmada SEM Analiz tekniği modellemede kullanılmıştır. Farklı demografik grupların farklı beklentilerini incelemek, düşük bütçeli havayolları ile diğerleri arasındaki algı farklılıklarını tespit etmek amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Çalışmada toplam 1359 adet anket geri dönüşü üzerinden değerlendirilmiştir. Anketler SPSS ve AMOS GRAPHIC programları ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, SERVQUAL ölçekleri ile analiz edilen hizmet kalitesinin havayolları için önemli bir kriter olduğu anlaşılmıştır. LOW COST firmalar koltuk aralıklarını arttırarak ve uçak içinde servis edilen yiyeceklerin kalitesini arttırıp fiyatlarını düşürdüğü takdirde müşteriler bunlardan memnun olacağı ve geleneksel havayolları ise kabin içi dizayn ve eğlence sistemlerinin durumuna göre müşterileri memnun edebileceği belirtilmiştir. Havayoluna duyulan güven, sunulan hizmet iki tip için de aynı oranda önemli olduğu, havayolları uçuş öncesi ve sonrası hizmetlere verdiği önemi biraz daha arttırması gerektiği, En düşük değere sahip madde olarak karşılan bilet fiyatları özellikle LOW COST firmalardan bilet alan yolcular için en önemli değere sahip olduğu görülmüştür.

“Marka Değeri ile Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Havacılık Sektöründe Bir Çalışma” (Diksu, 2018) konulu yüksek lisans çalışmasında marka değeri ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin, havacılık sektörü ele alınarak incelemiştir. Çalışmada kullanılan veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Yıl içinde en az iki kere havayolu ulaşımını tercih

eden 410 yolcuya anket uygulanmıştır. Anketten elde edilen veriler incelendiğinde hem havacılık sektörü hem THY hem Pegasus hem de diğer havayolu işletmeleri açısından marka değeri ile hizmet kalitesi arasında yüksek, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda marka değeri ve hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre marka değerlerini yükseltmek isteyen havayolu işletmelerinin hizmet kalitelerini artırarak marka değerlerine katkı sağlayacakları ifade edilmiştir.

“Hizmet Kalitesi ve Rekabet Stratejileri Arasındaki İlişkinin Analizi: Türk Sivil Havacılık İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma” (Şener, 2017) konulu yüksek lisans çalışmasında havayolu firmalarının benimsediği rekabet stratejilerinin, sunulan hizmetin kalitesine etkisini ve bu etkinin bağlantıları incelemiştir. Bu amaçla Türkiye’deki havayolu şirketlerinden en çok tercih edilen beş havayolu firması seçilmiştir. Bunlar Türk Hava Yolları, Pegasus, AtlasJet, Onur Air ve Borajet olarak belirlenmiş ve bu havayollarının müşterileri üzerine bir anket uygulaması yapılmıştır. Anket çalışması ilgili havayolu firmalarını kullanan 135 müşterisi üzerinde yapılmıştır. Çalışma kapsamında, hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL ölçeğinin havayolu endüstrisine uygun şekli kullanılmıştır. Orijinal SERVQUAL ölçeğinde 21 madde varken, bu tezde 23 maddeli bir ölçüm modeli kullanılmıştır. Yapılan istatistiksel analizler neticesinde Ortalama kalite puanının, tüm boyutlarda farklılaşma stratejisini izleyen firmalar için daha büyük olduğu görülmüştür. Farklı rekabet stratejilerikullanan firmalar açısından, en büyük fark Güven faktöründe görülürken, en düşük fark ise Fiziksel Özellikler faktöründe görülmüştür.

“Havayolu Çalışanlarının Yer Hizmetleri Yönetimine Yönelik Hizmet Kalite Algısının Müşteri Tatminine ve Müşteri Sadakatine Etkisi: Bir Alan Araştırması” (Bahar, 2017) konulu doktora çalışmasında havayolu işletmelerinde yer hizmetlerinden yararlanan çalışanların (kokpit ve kabin ekipleri, yer işletme çalışanları vb.) yer hizmetlerine yönelik hizmet kalite algısının ölçümü ve hizmet kalite algısının müşteri tatminine ve müşteri sadakatine etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. SERVPERF, hizmet kalitesi ölçümü sorularından yararlanılmıştır. Bu sorular, yer hizmetleri işletmesinin sunmuş olduğu hizmetlere göre yeniden yapılandırılmıştır. Hazırlanan anket soruları, 248 adet havayolu çalışanı tarafından yanıtlanmıştır. Çalışmada, İstanbul Atatürk Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı’nda faaliyet gösteren, tarifeli uçuş yapan iki özel havayolu şirketi çalışanlarının, havayolu işletmelerinin kullanmış oldukları yer hizmetleri işletmesine yönelik hizmet kalitesi algısı ölçülmüştür. Havayolu çalışanlarının yer hizmetlerine

yönelik hizmet kalitesi boyutlarının, müşteri tatminine ve müşteri sadakatine olan etkisi araştırılmıştır. Hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, Havayolu çalışanları tarafından, hizmet kalitesinin en düşük olduğu algılanan hizmet kalitesi boyutunun “fiziksel görünüm-güvenilirlik” boyutu olduğu görülmektedir. Havayolları çalışanları tarafından, hizmet kalitesinin en yüksek algılandığı kalite boyutunun, “empati” boyutu olduğu görülmektedir. Bu boyutu sırası ile “yanıt verebilirlik” ve “güvence” boyutları izlediği görülmektedir.

“Düşük Maliyetli Havayolu Şirketlerinde Kabin Hizmetleri Kalite Algısı ve Bir Uygulama Örneği” (Akpur, 2017) konulu yüksek lisans çalışmasında yolcuların düşük maliyetli bir havayolu şirketinden ağırlıklı olarak uçak içerisinde aldıkları hizmet kalitesini değerlendirmeleri ve sunulan hizmetleri nasıl algıladıklarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın verileri anket yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmada gelir, eğitim, yaş gibi demografik farklılıkların düşük maliyetli havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi algısı üzerindeki etkileri araştırılmak istenmiş, bunun için Türkiye’nin ilk ve en büyük düşük maliyetli havayolu şirketinin yolcularıyla Servperf Ölçeği kullanılarak hizmet kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre hizmet kalitesinin boyutları birbirlerini pozitif yönlü etkilediği ve gelir, yaş, eğitim durumu gibi demografik özellikler hizmet kalite algısını değiştirdiği ifade edilmiştir. Uçak içi hizmetlerde kişiselleştirme imkanı, farklı demografik özelliklerde kişilerin kalite algısının benzer seviyede çıkmasına neden olduğu belirtilmiştir.

“Havayolu İşletmelerinde E-Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesine Yönelik Bütünleşik Bir Yaklaşım” (Bakır, 2017) konulu yüksek lisans çalışmasında bütünleşik yöntemler kullanılarak havayolu taşımacılığı sektöründe sunulan e-hizmetlerin kalitesini etkileyen unsurların önem derecelerinin belirlenmesi ve ulusal havayolu işletmelerinin e-hizmet kalitesi performanslarına göre sıralanması amaçlamıştır. Çalışmanın bir sonraki aşamasında Uluslararası Antalya Havalimanı’nda 395 yolcuya uygulanan anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler ARAS yöntemi kullanılarak analiz edilmiş ve havayolu işletmeleri performanslarına göre sıralanmıştır. Çalışmanın sonucunda, e-hizmet kalitesi üzerinde etkili olan en önemli unsurun güvenilirlik olduğu ve THY, Onurair, Sunexpress Pegasus Havayolları arasında Atlasglobal’ in en yüksek e-hizmet kalitesi performansına sahip olduğu görülmektedir.

“Havayolu Yolcu ve Bagaj Kabul Bölümünün Analizi ve Hizmet Kalitesi Algısına Etki Eden Faktörlerin Araştırılması” (Özdemir, 2016) konulu yüksek lisans çalışmasında havayolu işletmelerinin yolcularına sunduğu hizmetlerden yolcuların havayolu ile ilk temasa geçtiği nokta olan yolcu ve bagaj kabul bölümünde sunulan hizmet ele alınmıştır. Araştırma check-in hizmeti sürecine odaklanmış olup bu süreci birkaç yönden ele almaktadır. Yolcuların hizmet kalitesi eklentilerinin ne olduğu araştırılmıştır. Yolcuların check-in kuyruklarında bekledikleri gerçek süreleri ile algılanan bekleme sürelerinin arasındaki ilişki ve hizmet kalitesi üzerine olan etkileri araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda, memnuniyetin kalitenin dışında başka unsurlardan da etkilenebileceği görülmüştür. Bunun en güzel örneği check-in hizmetlerinde genel olarak algıladığı kalite yüksek olsa dahi, algılanan kuyrukta bekleme süresi fazla olan müşterilerin memnuniyet düzeylerinin daha düşük olmasıdır. Araştırmada havayolu işletmeleri tarafından sunulan hizmetler bütününe ele almak yerine bu sürecin daha spesifik bir bölümüne odaklanılarak, daha tutarlı, daha geçerli ve daha detaylı sonuçlar elde edilmiştir.⁷

“Yolcuların Havayolu Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri ve Hizmet Kalitesi Algısı” (Kahraman, 2016) konulu yüksek lisans çalışmasında uçuş hizmetlerinden faydalanan yolcuların hizmet kalitesi algılarının, beklenen ve deneyimledikleri hizmet kalitesi arasındaki farkı ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla havayolu yolcularına 202 adet anket uygulanmış. Anket uygulamasında SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, SERVQUAL ölçeğindeki 5 boyut kendi arasında değerlendirilmiş, en yüksek boşluğun (- 0311) duyarlılık boyutunda, en düşük boşluğun (-0,119) ise somut özellikler boyutunda olduğu görülmüştür.

“Ayırt Edici Hizmetler ve Hizmet Kalitesinin İşletme Performansına Etkisi: Havacılık Sektöründe Bir Uygulama” (Altinkurt, 2015) konulu yüksek lisans çalışmasında havayolu işletmesinin ayırt edici hizmet sunumu ve hizmet kalitesi arasında ilişkinin ve bu iki değişkenin havayolu işletme performansı üzerine etkisinin belirlemeyi amaçlamıştır. Küçük pazarlardaki müşterilere yönelip ayırt edici hizmetler sunarak, pazar payını büyütme çalışan bir havayolu işletmesinin yolcuları üzerinde 390 adet yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Yolcuların hizmet kalitesi ve ayırt edici hizmet sunumu için vermiş olduğu cevaplar açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analiziyle boyutlara ayrılmış, her bir faktörün işletme performansı üzerine etkisi analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, ayırt edici hizmet sunumu ile hizmet kalitesi arasında tüm boyutlar arasında doğru yönlü bir ilişki

olduğu, ayırt edici hizmet sunumu ve hizmet kalitesinin havayolu işletme performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

“Havayolu Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma: Kabin Hizmetlerinin Müşteri Tercihlerine Etkisi” (Karaarslan, 2014) konulu yüksek lisans çalışmasında hizmetin üretimi ve sunumu aşamalarında işletmenin en önemli uygulamalarından biri olan Kabin hizmetlerinin, yolcu taşımacılığında hizmet kalitesine etkilerini ve nasıl geliştirilebileceğini araştırmayı amaçlamıştır. Araştırma, yüz yüze anket uygulaması ile 700 kişi üzerinde yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, hizmet kalitesinin geliştirilmesi açısından müşteri memnuniyeti ve tercihlerini etkileyen faktörler tüm alt boyutları ile yeterli güvenilirlik düzeyinde olduğu görülmüştür.

“Havayolları Hizmet Kalitesinin AHS Metoduyla Değerlendirilmesi” (Şentürk, 2011) konulu yüksek lisans çalışmasında hizmet, kalite, hizmet kalitesi gibi kavramlar üzerinde durulmuş; havayolu sektörü tanıtılmış ve hizmet kalitesinin Analitik Hiyerarşi Süreci metodu kullanılarak değerlendirilmesini ve en iyi şirketin seçimini içeren bir uygulamaya yer verilmiştir. Analitik Hiyerarşi Süreci yaklaşımı ile hazırlanan anket, dördü havayolu üst düzey yöneticisi, üçü akademisyen, beşi de sık uçuş yapan yolculardan oluşan 12 kişilik gruba uygulanmıştır. Çalışmanın genel sonucunda, hizmet kalitesi açısından THY 0,565’lik oranla ilk sırada yer alırken onu sırasıyla 0,237’lik oranla Pegasus ve 0,199’luk oranla Onur Air takip etmektedir. THY’nin sektörde eski ve köklü bir şirket olmasının yanı sıra yakın geçmişe kadar pazarda tekel konumunda bulunması dolayısıyla tanınırlığının yüksek olmasının sonuç üzerinde önemli bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. İç hat uçuşlarındaki tekelin kalkmasından sonra sektöre giriş yapan özel havayolu şirketlerinin önemli bir mesafe aldıkları ve gittikçe daha rekabetçi bir konuma geldikleri gözlenmektedir.

“Havayolu İşletmelerinde Uçuş Öncesi, Uçuş Esnası ve Uçuş Sonrasında Sunulan Hizmetlerin Kalitesinin Ölçülmesi: İç Hatlarda Bir Uygulama” (Dursun, 2008) konulu yüksek lisans çalışmasında iç hatlarda uçuş öncesi, uçuş esnası ve uçuş sonrası sunulan hizmetlerin kalitesinin ölçülmesi amaçlamıştır. Türkiye’nin en büyük filosuna sahip özel havayolu işletmesinin iç hat uçuşlarında uygulanmıştır. Toplamda 437 adet anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, araştırmaya katılan yolcuların araştırma yapılan havayolu işletmesinin hizmet kalitesi ile ilgili yaptığı değerlendirmeler sonucunda en büyük kalite boşluklarının sırasıyla; uçuş saatinde dakiklik, uçtaki tuvaletlerin ve lavaboların

temizliği, havaalanı girişinde güvenlikte bekleme süresi hizmetlerinde yaşandığı görülmüştür.

“Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin nemi ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama” (İbik, 2006) konulu yüksek lisans çalışmasında XYZ Air Taşımacılık A.ř. yolcularının havayolu hizmetlerinden beklentileri ile algıladığının değerlendirilmesi, hangi hizmetlerden memnun ve hangi hizmetlerden şikayetçi olduklarının gösterilmesini amaçlamıştır. Bu amaçla, Servqual Yöntemi ile hizmet kalitesi ölçülmüş, 320 müşteriye uygulanan anketler değerlendirilerek, müşterilerin algıları ile ideal havayollarından beklentileri arasındaki farklar 5 hizmet kalitesi boyutu çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmanın sonunda yolcuların kalite boyutlarından güvenilirlik ve teminat boyutlarına önem verdiği, fizik unsurlar boyutu için önem derecesinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

“An Investigation of Airline Service Quality, Passenger Satisfaction and Loyalty: The Case of Royal Jordanian Airline” (Khatib, 1998) konulu makale çalışmasında havayolu hizmet kalitesi, yolcu memnuniyeti ve yolcu sadakati arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVPERF modeli ile oluşturulan 500 adet anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucu genel hizmet kalitesinin hem yolcu memnuniyeti hem de sadakatle önemli derecede ilişkili olduğunu göstermektedir.

“Evaluation Of “AIRQUAL” Scale For Measuring Airline Service Quality And Its Effect On Customer Satisfaction And Loyalty” (Alotaıbı, 2015) konulu doktora çalışmasında Sudi Arabistan havayolu sektöründe hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetini ve müşteri sadakati üzerindeki etkilerini araştırmayı amaçlamıştır. Bu amaçla AIRQUAL leği ile oluşturulan 500 adet anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda hizmet kalitesi 5 boyutunun önem sırasına göre güvenilirlik, empati, fiziksel özellikler ve isteklilik olduğu görülmüştür.

“Measuring Customer Expectations of Service Quality: Case Airline Industry” (Tolpa, 2012) konulu yüksek lisans çalışmasında havayolu ulaşımında bir bütün olarak tüm süreçlerde müşteri mşterielrin hizmet kalitesi beklentilerini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla mşterlilerin uçuş sırasında karşılaştığı hizmetlerin süreçleri modellenerek oluşturulan 79 adet anket analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda yolcuların temel değer verdiği

hizmetlerin bilet, uçuş tarifesı bilgisi, uçuşta rötar olması durumunda iletişim ve gecikme olmadan bagaj teslimatı olduğu görölmüştür. Bazı özellikler arasındaki yakın korelasyon nedeniyle katılımcıların uçak içi veya yer hizmetleri arasında ayırım yapmadığı ve hava yolculuğu deneyimini bir bütün olarak gördüğü sonucuna varılabileceğı ifade edilmiştir.

“Measuring Service Quality in the Low-Cost Airline Industry” (Barnes, 2017) konulu doktora çalışmasında Birleşik Krallıkta düşük maliyetli havayollarında hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla 150 adet anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda düşük maliyetli havayolu sektöründeki hizmet kalitesinin temel 5 belirleyicilerinin; Uçağa biniş ve Check-in, Bagaj Taşıma ve Politikası, Ceza Ücretleri ve Personel Davranışı olduğu tespit edilmiştir.

“Measuring Service Quality in The Airline Using Servqual Model- Case of IAA” (Bozorgi, 2006) konulu yüksek lisans çalışmasında İran Aseman Havayolları'ndaki yolcuların memnuniyet düzeyinin ne olduğu ve yöneticilerinin hizmet kalitelerini nasıl iyileştirebileceklerini konusunda tavsiyede bulunmayı amaçlamıştır. Bu amaçla Grönroos modelinin yedi faktörü dikkate alınarak oluşturulan 230 adet anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda IAA yolcularının algılanan hizmetlerden memnun olmadıklarını ve yöneticilerin yolcuların beklentilerine odaklanması konusunda uyarılması gerektiğı belirtilmiştir. Grönroos modelinin 7 boyutunda (Fiziksel özellikler, güvence, isteklilik, güvenilirlik, empati, imaj ve teknik kalite) havayolunu kullanan yolcularının tatmin olmadıkları görölmüştür.

“İş Amaçlı Havayolu Pazarında Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile Ölçülmesi ve Türk Hava Yolları ‘Business Class’ Yolcuları Üzerine Bir Araştırma” (Ataman ve diğerleri, 2011) konulu makale çalışmasında Türk Hava Yolları'nın iş amaçlı havayolu pazarında sunduğu hizmetlerin, müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla Atatürk Havalimanında iş amaçlı seyahat eden 225 yolcuya SERVQUAL modeli ile oluşturulmuş anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda Türk Hava Yolları'nın yolcuların beklentilerini karşılamaya en yakın olduğu hizmet kalitesi boyutunun fiziksel özellikler boyutu olduğu görölmektedir. Türk Hava Yolları'nın en fazla iyileştirmeye ihtiyaç duyduğu hizmet kalitesi boyutunun Güvenilirlik boyutu olduğu tespit edilmiştir.

“Havayolu Firmalarında Müşteri Sadakatının Yaratılmasında Kurum İmajının ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Etkisi” (Kazançoğlu, 2011) konulu makale çalışmasında havayolu firmalarında, müşteri sadakatının yaratılmasında kurum imajının ve algılanan hizmet kalitesinin etkisini değerlendirmiştir. Araştırmada havayolu taşımacılığını tercih eden 450 iç hat yolcusu ile birebir anket çalışması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, havayolları firmalarının tüketici zihninde olumlu kurum imajının oluşmasının algılanan hizmet kalitesinde önemli bir etki yarattığı görülmüştür.

“Türkiye’de Yer Hizmetleri İşletmelerindeki Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi” (Yaşar ve Özdemir, 2016) konulu makale çalışmasında Türkiye’de faaliyet gösteren yer hizmeti işletmelerinin sunduğu hizmetin kalitesinin havayolu perspektifinden hizmet kalitesi boyutları bağlamında değerlendirmiştir. Türkiye’de havayollarının operasyonel faaliyetlerini sürdüren yer hizmetleri (ground handling) işletmelerinin sundukları hizmet, hizmet kalitesi boyutları açısından SERVQUAL yöntemi kullanılarak analiz edilerek sunulan hizmetin kalitesinin havayolları tarafından nasıl algılandığı ve havayolu beklentilerini karşılayıp karşılamadığı üzerinde durulmuştur. Çalışmanın sonucunda, her ne kadar empati boyutunda müşterinin beklentileri en fazla derecede karşılanmış olsa da müşteri memnuniyetini sağlayacak yeterlilikte olmadığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde diğer boyutlar da göz önünde bulundurulduğunda, İstanbul-Atatürk ve Antalya Havalimanları için, havayollarının aldıkları hizmetler açısından yer hizmetleri işletmelerinden memnun olmadığı görülmektedir.

“Yurt İçi Uçuş Yapan Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Konusunda Bir Karma Yöntem Çalışması” (Demirel, 2020) konulu makale çalışmasında yurt içi uçuş yapan havayolu işletmelerinin hizmet kalitesini incelemeyi amaçlamış ve bu kapsamda, ağızdan ağıza iletişim (E-WOM) aracı olan www.tripadvisor.com sitesinde, Türkçe yorumlar aracılığıyla havayolu hizmet kalitesini veri madenciliği tekniğiyle belirlemek ve belirlenen hizmet kalitesi boyutlarının, Star Alliance havayolu üyesi olan/olmayan işletmeler üzerindeki etkisini lojistik regresyon analiziyle incelemiştir. Çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, nitel aşamada yoğunlaşılan temalar; yiyecek kalitesi, rahatlık, rötör ve temizlik olduğu ve lojistik regresyon analizi sonucunda ise hizmet kalitesinin göstergelerinden ayak koyma alanı, fiyat, yeme-içme ve konfor Star Alliance havayolu üyesi olma durumunun yordayıcıları olarak tespit edilmiştir.

“Türkiye’de İç Hatlardaki Havayolu Taşımacılığında Müşteri Tercihi ve Memnuniyetini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma” (Çelikkol ve diğerleri, 2012) konulu makale çalışmasında Türkiye’de iç hatlardaki havayolu taşımacılığında müşteri tercihinin ve memnuniyetini etkileyen faktörleri, örnek bir hava alanı üzerinde yürütülen bir çalışmayla ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Bu amaçla Sabiha Gökçen Havaalanında 280 yolcu üzerinde anket çalışması yapmıştır. Yapılan çalışmalar sonucunda havayolunu tercih eden müşterilerin tercih nedenleri ve memnuniyet ölçüleri birlikte değerlendirildiğinde bunlar; güvenilirlik ve iyi hizmet, uzmanlık ve esneklik, avantaj ve uygunluk olmak üzere üç başlık altında olduğunu ortaya koymuştur. Havayollarında hizmet kalitesinin ‘Güvenlik ve Kalite’ ve ‘Rahatlık ve Çeşitlilik’ olmak üzere iki boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir.

“Havayolu Bagaj Hizmet Kalitesi İyileştirmeleri ve Yolcu Memnuniyeti Etkileri” (Dilek ve Satı, 2016) konulu makale çalışmasında THY ile uçuş yapan yolcuların bagaj hizmetlerine yönelik iyileştirmeleri algılamaları, memnuniyetlerinin ölçülmesi ve bagaj hizmetlerine ilişkin “ana birimler ele alındığında” hizmet kalitesi algılamaları arasında fark olup olmadığını ve genel memnuniyet düzeylerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. İstanbul bu amaçla, Atatürk Havalimanı iç hatlar ve dış hatlar terminallerinin geliş salonlarında; arındırılmış bölge, kayıp ve bulunan eşya ofisleri ve bagaj alım alanlarında bekleyen 346 yolcu ile yüz yüze anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, THY yolcularının en memnun oldukları konular genel memnuniyet ve çağrı merkezi memnuniyeti olarak belirlenmiştir. Bu nedenle THY’ nin, genel bagaj hizmet kalitesi göz önüne alındığında yolcuların beklentilerini karşıladığını söylemenin mümkün olduğu tespit edilmiştir.

“Düşük Maliyetli ve Tam Hizmet Sunan Havayolları Müşterilerinin Hizmet Kalitesi Beklentilerinin Karşılaştırılması” (Mutlu ve Ermeç Sertoğlu, 2018) konulu makale çalışmasında Türkiye’de düşük maliyetli ve tam hizmet sunan havayollarının müşterilerinin hizmet kalitesi beklentileri arasında fark olup olmadığının araştırılmasıdır. SERVQUAL ölçeği kullanılarak 370 kişi üzerinde anket çalışması online yapılmıştır. Araştırma sonucunda, düşük maliyetli ve tam hizmet sunan havayollarının müşterilerinin hizmet kalitesi beklentileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, tüm kalite boyutları için ortalamaların yüksek olması, havayolu müşterilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin, ödenen bilet fiyatından bağımsız olarak, oldukça yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca, havayolu tercihi yaparken, düşük maliyetli havayollarının müşterilerinin en çok fiyatı dikkate aldıkları, tam hizmet sunan

havayollarının müşterilerinin ise geçmiş deneyimleri göz önünde bulundurdıkları belirlenmiştir.

“Havayolu Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Analizi” (Yıldız ve Çiğdem, 2018) konulu makale çalışmasında havayolu hizmet kalitesinin algılanan değer, marka imajı ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki araştırmayı amaçlamıştır. Bu amaçla Gaziantep ilinden havayolu hizmeti alan 746 kişiden anket ile veri toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda, havayolu hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini, marka imajını ve algılanan değeri pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Algılanan değer ve marka imajının da müşteri memnuniyetini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca havayolu hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, marka imajı ve algılanan değer kamusal sektör ve özel sektör arasında kamusal sektör lehine anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

“Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kalitesi Ölçümü” (Küçük Çırpın ve Kurt, 2012) konulu makale çalışmasında havayolu taşımacılığı hizmeti sunan bir firmanın hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine olan etkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL yöntemiyle oluşturulmuş anket çalışması 165 yolcu üzerinde uygulanmıştır. Kullanılan anketlerde fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarını ifade eden sorular yer almıştır. Çalışmanın sonucunda, müşteri beklentilerinin % 86,8 oranında karşılandığı görülmüştür. Güvenilirlik boyutu yolcuların beklentisinin en yüksek olduğu hizmet kalite boyutu iken empati boyutu en düşük beklenti puanına sahiptir. Müşterinin sunulan hizmeti ne şekilde algıladığına bakıldığında araştırmaya konu olan firmanın en yüksek puanının güven boyutu olduğu görülmüştür. Beklenti karşılanma oranlarına göre güvenilirlik boyutu son sırada yer almaktadır. Empati boyutu ise en yüksek beklenti karşılanma oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Müşteri memnuniyetine en fazla etki eden faktörün ise güvenilirlik olduğu, en düşük beklenti boyutunun ise empati olduğu tespit edilmiştir.

“İç ve Dış Müşteriler Açısından Kabin Hizmetleri Kalite Algısını Ölçmeye Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma” (Akpur ve Zengin, 2019) konulu makale çalışmasında yolcu ve kabin ekiplerinin hizmet kalitesi algıları ölçülmeye çalışılarak, iç ve dış müşterilerin kabin hizmetlerine ilişkin kalite algılarını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Bu amaçla Türkiye’nin ilk ve en büyük düşük maliyetli (low-cost) özel bir havayolu işletmesinin yolcu

ve kabin ekiplerine, 456'sı yolcu 264'ü kabin ekibi olmak üzere, toplam 720 anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda kabin ekiplerinin, hizmet kalitesini yolculara göre daha yüksek algıladıkları, yolcuların eğitim düzeylerinin hizmet kalitesi algısını etkilemediği fakat kabin ekiplerinin eğitim düzeyleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“Havayolu Ulaşımında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: İç Hatlarda Pilot Uygulama” (Hatipoğlu ve Işık, 2015) konulu makale çalışmasında 2003 yılında özel havayollarına iç hatlarda uçuş izni verilmesinden sonra iç hatlar yolcu taşımacılığında ortaya çıkan yeni tabloda, ücrete duyarlı müşteri profilini ortaya çıkarmayı ve düşük maliyetli havayolu işletmelerinin sunmuş olduğu hizmetin kalitesini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, X havayolu işletmesi ile seyahat etmiş yolculara, Servqual modeli çerçevesinde yapılan 500 adet anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, X havayolu işletmesinin sunmuş olduğu hizmetin kalitesini değerlendirilmiş ve yolcu beklentilerini karşılayamadığını ancak algılanan hizmetin, beklenen hizmete yakın bir düzeyde olması sebebiyle işletmenin kolayca kalite iyileştirmesi yapabileceği ortaya konulmuştur.

“Havayolu Hizmet Kalitesinin Servperf-Servqual Ölçeği ile Değerlendirmesi ve İstatistiksel Analizi” (Pekkaya ve Akıllı, 2013) konulu makale çalışmasında Türkiye’de faaliyet gösteren 8 havayolu şirketi yolcularının, hizmet kalitesini ne ölçüde değerlendirdiği ve hangi hizmet kalitesi boyutlarına daha fazla önem verdiklerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Bu amaçla, SERVPERF /SERVQUAL modeli ile oluşturulan 410 adet anket havayolu yolcularına uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, istatistiksel olarak anlamlı olmasa da algılanan hizmet kalitesinin beklenenden fazla olması dikkat çekicidir. SERVPERF /SERVQUAL ölçek boyutlarından heveslilik, beklenenden düşük algılanmış, diğer boyutlarda ise algılanan hizmet kalitesi beklenenden yüksek düzeyde ölçülmüştür. Genel sonuç olarak müşterilerin havayollarında sunulan hizmetlerden genelde memnun oldukları sonucu tespit edilmiştir.

“Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin AHP ve TOPSİS Yöntemleri ile Değerlendirilmesi” (Öztürk ve Onurlubaş, 2019) konulu makale çalışmasında havayolu yolcu taşımacılığında hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin önem derecelerinin belirlemesi ve seçilen üç havayolu firmasının hizmet kalitesinin AHP-TOPSİS yöntemleriyle değerlendirilmesi amaçlamıştır. Bu amaçla, Samsun ilinde A,B,C firmalarından havayolu taşımacılığı hizmeti satın alan 150 müşteriye anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda

uçağın içinin rahatlığı en önemli hizmet kalitesi boyutu ve A firmasının en yüksek hizmet performansına sahip olduğu belirlenmiştir. A firması hizmet kalitesi önem skorları sıralamasında uçak çalışanları boyutu bakımından diğer firmalara göre daha düşük değere sahip bulunmuştur. Bu sonuç dikkate alındığında, A firmasının sahip olduğu kurum imajının bir unsuru olarak bu boyutun en fazla iyileştirilmeye ihtiyaç duyulduğu hizmet kalitesi boyutu olduğunu söylemenin mümkün olduğu tespit edilmiştir.

“Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlemesi” (Yıldız ve Erdil, 2013) konulu makale çalışmasında hizmet kalitesi ölçümünde beklentilerle algılamaların karşılaştırılmasına dayanan ve en çok tercih edilen SERVQUAL ölçeği ile hizmet kalitesinin sadece hizmet performansı yardımıyla ölçülebileceğini iddia eden SERVPERF ölçeğinin hizmet kalitesi ölçüm kabiliyetlerinin, geçerlilik ve güvenilirliklerinin karşılaştırılmasına Türkiye kültüründen bulgularla yeni kanıtlar sağlamayı amaçlamıştır. Bununla birlikte müşterilerin hizmet kalitesini ölçmeyi de amaçlamıştır. Bu amaçla İstanbul Sabiha Gökçen ve Atatürk havalimanlarından seyahat eden 1080 yolcuya anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucu hizmet kalitesinin, fiziksel boyutlar, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, güvence ve empati olmak üzere beş başlık altında olduğunu, müşterilerin sunulan hizmetlerden genel olarak memnun olduklarını, ağırlıklı SERVPERF ölçeğinin algılanan hizmet kalitesini ağırlıklı SERVQUAL ölçeğinden daha fazla açıkladığını ortaya koymuştur.

“Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi” (Okumuş ve Asil, 2007) konulu makale çalışmasında havayolu yolcularının beklentilerinin memnuniyet düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediği incelemiş ve her iki grup yolcuların sosyo-demografik özelliklerinin farklılıkları belirlemiştir. Bu amaçla yolculara toplam 511 anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda yerli yolcuların genel memnuniyetleri üzerinde etkili olan faktörler önem sıralarına göre fiziksel unsurlar ve empati faktörleri olduğu, yabancı yolcuların genel memnuniyetleri üzerinde etkisi olan faktörler yine önem sıralarına göre güvenilir personel, anında hizmet, müşteriye tanıma/anlama ve inanılabilirlik faktörleri olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada farklı yolcuların genel memnuniyetlerinin değişik faktörlerden etkileneceği görülmüş ve karar vericilerin farklı hedef gruplarına uygun olarak stratejik kararlarını belirlemelerinin gerekliliği tespit edilmiştir.

“Havayolları İç Hatlarda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Tekrar Satın Alma Davranışına Etkisi” (Korkmaz ve diğerleri, 2015) konulu makale çalışmasında Türkiye’de havayollarında algılanan hizmet kalitesinin boyutlarının ortaya konularak, Türkiye’de iç hatlarda seyahat eden yolcuların havayollarında algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve müşterilerin tekrar satın alma davranışına olan etkisinin incelenmesini amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan anket formu, İzmir Adnan Menderes havaalanından seyahat eden ve farklı havayollarını kullanan 311 yolcu üzerinde uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda “çalışanlar”, “online hizmetler”, “empati”, “temel hizmetler” ve “kabin hizmetleri” olmak 5 boyut bulunmuştur. Bu boyutlardan ,“çalışanlar”, “online hizmetler”, “empati” ve “temel hizmetler” boyutlarının araştırmaya katılan yolcular tarafından yüksek kalitede algılandığı bulunurken “kabin hizmetleri” boyutunun düşük kalitede algılandığı tespit edilmiştir. Ayrıca müşterilerin havayollarında algılanan hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetine ve müşterilerin tekrar satın alma davranışına önemli etkilerinin olduğu sonucu ortaya konulmuştur.

“A Study Of China’s Major Domestic Airlines’ Service Quality At Shanghai’s Hongqiao And Pudong International Airports” (Jiang ve diğerleri, 2017) konulu makale çalışmasında Çin’in dört büyük yerli havayolunun (Air China, China Southern Airlines, China Eastern Airlines ve Hainan Airlines.) hizmet kalitesiyle ilgili yolcuların beklentileri ve algılarındaki farklılıkları ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, Shanghai Hongqiao Havaalanı ve Shanghai Pudong Havaalanı iç hat yolcularına 1000 adet SERVQUAL ölçeğiyle oluşturulmuş anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, dört büyük Çinli havayollarında yolcuların beklentileri ve algıları arasında hizmet kalitesi açısından önemli farklılıklar olduğu görülmüştür. Havayolu seçiminde ucuz bilet fiyatları yolcuların en çok önem verdiği faktör olmasına rağmen, yolcuların SERVQUAL güvenilirlik boyutunda beklenti ve algılar arasında en yüksek farkın olduğu görülmüştür. Bu sonuç ise Çinli havayolu şirketlerinin rekabet avantajı elde etmek amacıyla daha ucuz bilet sunmak yerine hizmet kalitesini arttırmayı düşünmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

“An Application of Cluster Analysis Method to Determine Vietnam Airlines' Ground Handling Service Quality Benchmarks” (Wang ve Pham, 2020) konulu makale çalışmasında Vietnam Havayollarının uluslararası havalimanlarında gerçekleştirdiği mevcut hizmet ağını hem değerlendirmek hem de iyileştirmek için önceden sunulan bir modeli (Küme Analizi Modeli) kullanmasını tavsiye etmeyi ve istasyon yöneticilerinin hizmet kalitesini arttırmak

için hizmet boşluklarını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda, hizmet performansını ölçmek ve hizmet potansiyelini değerlendirmek ve eksik hizmet alanlarını belirlemek için tamamlayıcı bir kurumsal kıyaslama görevi gören AVONA analizi Vietnam havayollarının hizmet verdiği 28 meydana yer hizmetleri şirketleri ile ilgili Vietnam Havayollarının pazarlama departmanına gelen 2015 ve 2016 yıllarındaki yolcu veya çalışan şikayetleri, raporlamalar üzerine uygulanmıştır. Yer hizmetleri şirketlerinin sunduğu check-in, boarding, çalışan davranışları, müşteri şikâyetleri, hatalı bagaj süreçleri, hatalı seyahat doküman süreçleri, dakiklik konularında değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmanı sonucunda, 2015-2016 yılları kıyaslamasında ulaşılabilir hedefler olarak karşılaştırma ölçütleri elde etmek için küme analizi yöntemini kullanmak, hizmet sisteminin kalitesini ilerletebileceği ve böylece Vietnam Havayollarının üst düzey yöneticilerine ve VNA'nın hizmet verdiği uluslararası havalimanlarında bulunan istasyon yöneticilerinin hizmet kalitesini arttırmak adına daha fazla öneri getirebileceği tespit edilmiştir.

“An Empirical Study On Measuring Service Quality In Public And Private Airline In India” (Banerjee ve Singh, 2013) konulu makale çalışmasında Hindistan'daki özel ve kamu havayolu ulaşımında var olan hizmet boşluklarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, yerleşik güvenilirlik ve geçerlilik ile en yaygın kullanılan SERVQUAL modeli hizmet kalitesini ölçmek için kullanılmıştır. SERVQUAL modeli ile oluşturulan 200 adet anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, kamu ve özel havayollarındaki hizmet kalitesi farkının karşılaştırılmasında yirmi maddede önemli farklılıklar ortaya çıkarılmıştır. Kamu havayollarında boyutta kamu havayolunun özel havayolunun önünde olduğu görülmüştür. Özel havayollarında güvence ve empati ile ilgili hizmet kalitesi farkı daha az olduğu, dolayısıyla özel havayolunun muhtemelen diğer üç boyuta göre bu iki boyuta odaklandığı tespit edilmiştir.

“An Investigation into the Impact of Service Quality, Frequent Flier Programs and Safety Perception on Satisfaction and Customer Loyalty in the Airline Industry in Southern Africa” (Sandad ve Matibiri, 2016) konulu makale çalışmasında hizmet kalitesi ve emniyet algısının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ve daha sonra memnuniyet ve sık uçan yolcu programlarının (FFP) müşteri sadakatini nasıl etkilediğini araştırarak, Güney Afrika'daki bir havayolunda yolcu sadakatini oluşturan faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, havayolu ulaşımını kullanan yolculara SERVQUAL metoduyla oluşturulmuş anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucu tüm hizmet kalitesi boyutlarının memnuniyet üzerinde

önemli bir olumlu etkiye sahip olduğu ve memnuniyetin müşteri sadakatini artırdığı, bununla birlikte memnun müşterilerin gelecekte aynı havayolu ile uçmaya devam etme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca sık uçan yolcuların (FFP) müşteri sadakati üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu, sadakatin geliştirilmesi için memnuniyet gerekli olsa da kendi başına memnun müşteriler sahibi olmak yeterli olmadığı, emniyet ile memnuniyet arasındaki ilişkinin ise bu çalışmada doğrulanamadığı tespit edilmiştir.

“An Investigation On The Factors Influencing Passengers’ Loyalty In The North Cyprus National Airline” (Nadiri ve diğerleri, 2008) konulu makale çalışmasında önce havayolu yolcularının hizmet kalitesi algılarını belirlemeyi ve daha sonra bu algıların, özellikle Akdeniz bölgesinde, Kuzey Kıbrıs'ta yükselen yeni bir pazarda, müşterilerin memnuniyetleriyle ve geri satın alma niyetleriyle bağlantısını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla Kuzey Kıbrıs Ulusal Havayollarını kullanan 583 yolcuya AIRQUAL metodu ile hazırlanan anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucu kalite boyutları arasında hem müşteri memnuniyetini hem de geri satın alma niyetini etkileyen en önemli faktörün havayolu fiziksel görünümü olduğunu ortaya koymuştur. Bulgular ayrıca, müşteri memnuniyetinin geri satın alma ve ağızdan ağza pazarlama ile olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermiştir.

“Assessing Customer Citizenship Behaviors In The Airline Industry: Investigation of Service Quality and Value” (Woo, 2019) konulu makale çalışmasında savunuculuk, geri bildirim, yardım ve hoşgörü dahil olmak üzere dört tür tüketici vatandaş davranışını belirlemek ve bunların doğrudan ve dolaylı iki belirleyicisini incelemeyi sonrasında önerilen ilişkiler üzerinde havayolu yolcusu ile ilgili faktörün (yurt içi ve yurt dışı seyahatler) ılımlı bir etkisini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, havayolu ulaşımı kullanan 995 adet yolcuya online anket çalışması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda algılanan değer aracılığıyla tüketici vatandaşlığı davranışını dolaylı olarak etkileyen hizmet kalitesinin iki boyutunun (havayolu hizmetlerinin somut olmayan ve somut kaynakları) olarak ayrıştığı, iç hat seyahat eden yolcuların, yurt dışı seyahatler yapan yolculara göre daha güçlü ilişkilere sahip olma olasılığı olduğu tespit edilmiştir.

“Benchmarking The Service Quality Of Airlines In The United States: An Exploratory Analysis” (Min ve Min, 2015) konulu makale çalışmasında havayollarının, hizmet verdiği yolcuların hizmet endişelerini daha iyi anlamasına, sürekli olarak hizmet iyileştirme fırsatlarını belirlemesine ve ardından havayolunun rekabet gücü için ölçüt olabilecek hizmet

karşılaştırma standartları geliştirmesine yardımcı olmayı amaçlamıştır. Bu amaçla havayollarının hizmet sunum süreçlerini izlemelerine, göreceli zayıflıkları belirlemelerine ve keşifsel veri analizi ve rekabetçi boşluk analizi kullanarak sürekli hizmet iyileştirmeleri için düzeltici eylemler gerçekleştirmelerine yardımcı olan bir dizi hedef performans standardı geliştirilmiştir. Çalışmanın sonucu havayolu müşterilerinin hizmet kalitesi izlenimleri için en önemli kabul edilen bir hizmet özelliğinin hava güvenliği olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonucun, 11 Eylül olayının ardından havayollarına karşı potansiyel terörizm konusunda artan endişeyi yansıttığı belirtilmiştir. Ayrıca, uygun bagaj taşıma, rekabetçi uçak bileti ve zamanında varış / kalkışın güvenlik sonrasındaki en önemli hizmet özellikleri olduğu, sık uçuş ve kod paylaşım programlarının ise en az önemli olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte havayolu yolcularının algılanan hizmet kalitesinin havayolu seçimlerini etkilediği ve bu etkinin havayolu pazar payının ve gelirinin önemli bir göstergesi olabileceği ifade edilmiştir.

“Comparisons of Service Quality Perceptions Between Full Service Carriers and Low Cost Carriers In Airline Travel” (Lim ve Lee, 2020) konulu makale çalışmasında tam hizmet sağlayıcıları ile düşük maliyetli taşıyıcıların yolcularının hizmet kalitesi algılarını karşılaştırmayı amaçlamıştır. Bu amaçla tam hizmet sağlayıcıları ve düşük maliyetli taşıyıcıların yapmış online yorumlar dikkate alınarak SERVQUAL modelinin beş boyutuyla eşleştirilmiştir. Çalışmanın sonucu tam hizmet sunan taşıyıcılar ve düşük maliyetli taşıyıcılar için en önemli boyutların sırasıyla fiziksel görünüm ve güvenilirlik olduğunu göstermektedir. En az önemli boyutlar sırasıyla güven ve empati olduğunu göstermektedir.

“Competitive Service Quality Benchmarking In Airline Industry Using AHP” (Singh, 2016) konulu makale çalışmasında Hindistan'daki yerli tam hizmet sunan taşıyıcıların rekabetçi hizmet kalitesi (SQ) performanslarını, rekabet gücünü arttırmak ve rekabet avantajı sağlamak adına analitik hiyerarşi sürecine (AHP) dayalı bir çerçeveye ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla Hindistan'daki tam hizmet sunan taşıyıcıların hizmet kalitesini karşılaştırmak amacıyla Analitik Hiyerarşi Modeli (AHP) ve Havayolu “B” firmasının rakiplerine karşı güçlü ve zayıf yönlerini karşılaştırmak amacıyla hizmet kalitesi boşluk analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucu havayolu yolcusunda teminat boyutunun en önemli kriter olduğunu ve en önemli alt kriter olarak emniyetin olduğu sonrasında zamanında performans, hizmetlerin doğruluğu, kayıp bagaj sürecinin takip eden kriterler olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, AHP metodolojisine dayalı olarak, A,B,C

havayollarından, Havayolu "A" nın pazar lideri olarak ortaya çıktığını ve bir referans havayolu olarak kabul edildiği tespit edilmiştir.

“Examining Airline Service Quality From A Process Perspective” (Chen ve Chang, 2005) konulu makale çalışmasında havayolu seyahatini yer ve uçuş içi hizmet olarak iki aşamaya ayırmıştır. Yolcuların hizmet beklentileri ile alınan gerçek hizmet arasındaki boşluğu ve yolcu hizmet beklentileriyle ilişkili boşlukları ve bu beklentilerin Tayvanlı bir havayolu şirketinin yolcularla direk ilişkili olan yöneticileri ve çalışanlarının algılamaları arasındaki farkı incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla 624 adet yolculara, 246 adet çalışanlara anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucu havayolu hizmet kalitesinde hizmet boşluklarının var olduğu ve yolcuların, personelin isteklilik ve güvence boyutları hakkında endişe duyduğunu ortaya koymuştur. Uçuş içi hizmet kalitesi değerlendirilirken güvence ve isteklilik boyutlarının önemli olduğu, fiziksel özellikler ise uçuş içi hizmetlerle yer hizmetleri karşılaştırıldığında uçuş içi hizmetlerde daha önemli olduğu tespit edilmiştir.

“How Quality Is Measured In The Air Transportation Industry” (Kalemba ve Campa-Planas, 2015) konulu makale çalışmasında hava taşımacılığı sektöründe kalite kavramını analiz etmek ve kalitenin nasıl ölçüldüğüne dair farklı yaklaşımları bulmayı amaçlamıştır. Bu amaçla 1997'den 2014'e kadar olan yıllar ve kamuya açık veriler dikkate alınarak Scopus veri tabanında yer alan dergilerin bir literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın sonucu uçuş öncesi, uçuş sırasında ve aynı şekilde uçuş sonrası hizmetlere dahil olan öğelerin yolcu memnuniyeti ve algısı üzerinde temel bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Hizmet kalitesine karşılık gelen en önemli parametreler, yolcu memnuniyetinin yanı sıra havayolu çalışanları, bagaj taşıma ve dakiklik (zamanında performans / zamanında varış) gibi faktörler olmuştur.

“Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: APLS-SEM approach” (Farooqa ve diğerleri, 2018) konulu makale çalışmasında Malezya Havayolları tarafından sağlanan hizmetin kalitesini ve bunun genel müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla yolculara AIRQUAL yönteminin 5 boyutu üzerinde tasarlanmış 460 adet anket çalışması uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda AIRQUAL ölçeğinin beş boyutunun hepsinin, yani havayolunun fiziksel unsurları; terminal fiziksel unsurları; personel hizmetleri; empati ve imaj, Malezya Havayolları'nın müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu, doğrudan ve önemli bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Havayollarının müşteri memnuniyetini artırmak için hizmet kalitesinin tüm boyutlarına ve özellikle personel hizmetlerine ve imajına odaklanması gerektiği ortaya koyulmuştur.

“Measuring The Service Quality Of Airline Services In Malaysia” (Abdullah ve diğerleri, 2007) konulu makale çalışmasında Malezya’daki havayolu hizmetlerinin hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla yolculara yapılan 391 adet SERVQUAL yöntemiyle hazırlanan anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucu Malezyalı yolcuların hizmet kalitesi algısında en önemli faktörlerin Empati, Fiziksel Özellikler ve Güvence olduğunu göstermiştir. Ayrıca ankete katılanlar, havayollarının hizmet kalitesinin Yanıt verebilirlik boyutunda beklenenden daha iyi performans gösterdiğini belirtmişlerdir.

“Measuring Service Quality In Ethiopian Airlines” (Shanka, 2012) konulu makale çalışmasında havayolu hizmet kalitesi, yolcu memnuniyeti ve Etiyopya Havayolları'na olan sadakati arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamıştır. Bu amaçla yolcuların Etiyopya Havayolları'ndan aldığı hizmetlere ilişkin algı ve beklentilerini ölçmek için SERVQUAL modeli kullanılmıştır. SERVQUAL modeli ile hazırlanan 99 adet anket analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucu yolcuların hizmet kalitesinin beş boyutunun tamamından memnun olmadığını göstermiştir. En memnuniyetsiz boyutun en yüksek hizmet açığına sahip olan güvenilirlik olduğu tespit edilmiştir. Fiziksel unsurlar, güvence ve güvenilirlik boyutlarındaki hizmet kalitesinin yolcuların memnuniyet düzeyi üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yolcu memnuniyetinin yolcu sadakatini artırmada önemli bir rol oynadığı da belirtilmiştir.

“Operational Determinants Of Airline Service Quality: Worldwide Cross-Regional Analysis” (Alkhatiba ve Migdadib, 2018) konulu makale çalışmasında dünya çapında operasyon yapan havayolları ile bölgesel operasyon yapan havayollarını karşılaştırarak havayolu hizmet kalitesinin temel operasyonel belirleyicilerini tanımlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla havayolları websitesi, havayolu dernekleri, uluslararası havayolu acentesi raporları, SKYTRAX ve AIRLINRATINGS yayınları kullanılarak 350’den fazla havayolu üzerinde çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda farklı operasyonel belirleyicilerin bölgesel ve uçuş menzili düzeylerinde havayollarının hizmet kalitesi üzerinde farklı olumlu ve olumsuz etkilere sahip olduğu, havayolu hizmet kalitesi seviyelerinin önemli operasyonel belirleyicilerini tanımlamanın ve bu belirleyicileri bölgeler, uçuş destinasyonları ve uçuş menzilleri arasında farklılaştırmanın, havayollarının

operasyonlarını daha iyi anlamalarına ve hizmet kalite seviyelerini iyileştirmelerine yardımcı olacağı belirtilmiştir.

“Passenger Perceptions Of Service Quality: Korean And Australian Case Studies” (Park, 2007) konulu makale çalışmasında hava ulaşımında uçak içi hizmetler, rezervasyon hizmetleri, havaalanı hizmetleri, güvenilirlik, çalışan hizmeti, uçuş durumu, algılanan fiyat, yolcu memnuniyeti, algılanan değer, havayolu imajı ve genel hizmet kalitesi gibi yolcuların satın alma davranışlarını etkileyebilecek 11 faktöre ilişkin algılarını araştırmayı amaçlamıştır. Bu amaçla Koreli yolculardan toplanan 592 adet, Avusturalyalı yolculardan toplanan 501 adet anket verileri analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucu hem Koreli hem de Avusturalyalı yolcuların seyahat sınıfları, uçuş sıklığı ve havayolu karşılaştırması açılarından önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymuş, müşterilerin hizmet kalitesine yönelik algısının ise müşteri memnuniyetine önemli derecede etki ettiği tespit edilmiştir.

“Passenger Satisfaction With Airline Service Quality In Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach” (Suki, 2014) konulu makale çalışmasında havayolu hizmet kalitesini etkileyen; fiziksel özellikler, terminal fiziksel özellikleri ve empati gibi faktörlerin müşteri memnuniyetine etkilerini ve müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla son altı ayda Malezya Havayolları veya AirAsia'ya düzenli olarak yolculuk yapan toplam 300 katılımcının anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda havayolu hizmet kalitesiyle müşteri memnuniyeti ve "ağızdan ağza" müşteri önerileri arasındaki tutarlı bir ilişki olduğu, empatinin müşteri memnuniyetini büyük ölçüde etkilediği belirtilmiştir.

“Quality Assessment Of Airline Baggage Handling Systems Using SERVQUAL And BWM” (Rezaei ve diğerleri, 2018) konulu makale çalışmasında havayolu ulaşımında bagaj taşıma sistemlerinin hizmet kalitesine etkisini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan 140 adet anket sonuçları analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda en önemli hizmet boyutlarının sırasıyla güvenilirlik, isteklilik olduğu, üçüncü sırada olan güvence boyutunu fiziksel özelliklerin takip ettiği ve en sonda empati boyutunun yer aldığı tespit edilmiştir.

“Service Quality in Airline Businesses: A Research on THY” (Aydın ve Yıldırım, 2012) konulu makale çalışmasında THY yolcularının hizmet kalitesi beklentileri ile hizmet kalitesi

algıları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan 120 adet anket uygulaması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda SERVQUAL boyutunun tamamı ayrı ayrı test edilmiş, hem beklentilerde hem de algılarda “Fiziksel özellikler, güvenilirlik, isteklilik, güvence ve empati” boyutunun yüksek değere sahip olduğu görülmüştür. SERVQUAL ölçeğinde beklenti için 0,820 ve algı için 0,890 toplam değerler tespit edilmiştir. THY’nin yolcularının beklenti ve algılarının yakın sonuçlar olduğu ifade edilmiştir. Modern ekipman ve fiziksel olanakların genel olarak yolcular için çok önemli olduğu, yolcuların havayolu firmasından en son teknolojiyi kullanmasını beklediği tespit edilmiştir.

“Empirical Investigation of Airline Service Quality and Passenger Satisfaction in India” (Suresh ve diğerleri, 2017) konulu makale çalışmasında havayolu ulaşımını kullanan yolcuların hizmet sınıfı ile hizmet kalitesi algıları ve ayrıca seyahat sebepleri ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi analiz etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulmuş 118 adet anket analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda yolcuların çoğunluğunun en önemli boyut olarak istekliliği düşündüğü sonrasında sırasıyla fiziksel özellikler, empati, güvence ve güvenilirliğe önem verdiği görülmüştür.

“Service Quality Measurement Models: Comparative Analysis and Application in Airlines Industry” (Hasan ve diğerleri, 2019) konulu makale çalışmasında havayolu sektöründe hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan modelleri değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVPERF modeli ile oluşturulan 128 adet anket çalışması düşük maliyetli taşıyıcılarla seyahat eden ve DELHI havalimanını kullanan yolculara uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda hizmet kalitesinin beş boyutunun (fiziksel özellikler, güvenilirlik, isteklilik, güvence, empati) hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında güçlü bir korelasyona sahip olduğu ortaya konulmuştur.

“Service Quality, Satisfaction, And Behavioural Intentions A Study Of Low-Cost Airline Carriers In Thailand” (Saha, 2009) konulu makale çalışmasında Tayland'da havayolu ulaşım hizmeti sunan üç düşük maliyetli havayolunun (LCC) yolcularındaki hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranışsal niyet arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla son 12 ay içinde Tayland'da düşük maliyetli havayolları ile seyahat etmiş olan 1212 yolcuya yapılan anketler analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda test edilen hizmet kalitesinin boyutlarının önem sırasına göre uçuş tarifeleri; kabin görevlileri; fiziksel özellikler ve yer

hizmeti personeli olduğu ifade edilmiştir. Bu boyutların yolcu memnuniyeti ve davranışsal niyeti açıklamada çok önemli olduğu belirtilmiştir. Memnun yolcuların çoğunlukla uçuş tarifelerinden etkilendiği, memnun olmayan yolcuların ise geribildirim sağlamak yerine mevcut havayolu şirketini değıştirdiği tespit edilmiştir.

“Service Quality and Customer Satisfaction in the Airline Industry: A Comparison between Legacy Airlines and Low-Cost Airlines” (Baker, 2013) konulu makale çalışmasında Ulaştırma Bakanlığı’nın 2007-2011 yılları arasında yayınladığı havayolu yolcu seyahat raporları kullanılarak ABD’deki 14 havayolu şirketinin hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla ulaştırma bakanlığının yayınladığı havayolu seyahat yolcu raporlarından havayollarının zamanında varış, uçuştan vazgeçen yolcu kayıp bagaj ve müşteri şikâyet yüzdeleri dikkate alınarak oluşturulan veriler analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda geleneksel taşıyıcıların 4 ölçüm metodunu (Pazar payı, karlılık, ağızdan ağıza olumlu görüş ve müşteri tutma) kullanarak daha yüksek bir hizmet kalitesine yaklaşırken, önemli farklılıklar olmaya devam ettiğı görülmüştür. Seçilen 5 yıllık örnekleme düşük maliyetli havayollarının hizmet kalitesinin geleneksel havayollarından yüksek olduğı tespit edilmiştir.

“The Measurement Of Service Quality With SERVQUAL For Different Domestic Airline Firms In Turkey” (Aydın ve Yıldırım, 2012) konulu makale çalışmasında farklı iç hat yolcu taşımacılığı yapan havayolu firmalarında yolcuların hizmet kalitesi beklentileri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan 111 adet Sabiha Gökçen Havalimanı’nda uygulanan anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda havayolu firmalarının tercihi ile havayolu hizmetleri tercihi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. THY yolcuları için THY’yi tercih etmede en önemli unsurun “emniyet” olduğı, diğer yerli havayolu firmaları için onların tercih edilmesinde en önemli faktörün “fiyat” olduğı tespit edilmiştir. THY’nin yolcularının beklenti ve algılarının birbirine yakın olduğı görülmüştür. Diğer havayolu firmalarının yolcularının beklenti ve algılarında büyük bir boşluk olduğı görülmüştür. Empati boyutu haricinde, diğer tüm iç hat havayollarında yolcuların beklenti ve algılarında önemli bir boşluk olduğı görülmüştür. SERVQUAL ölçeğinde en önemli boyut "Güvenilirlik" olarak bulunmuştur.

“Using Job Design To Motivate Employees To Improve High-Quality Service In The Airline Industry” (Ho ve Wub, 2019) konulu makale çalışmasında havayolu sektöründe iş tasarımının (algılanan sosyal etki ve yararlanıcı teması), başkalarının yaşamlarına fayda sağlamak ve hizmet kalitesini daha da iyileştirmek amacıyla psikolojik motivasyon durumu üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Bu amaçla havayolu sektöründe çalışan 235 kişiye uygulanan anketlerin analizleri yapılmıştır. Çalışmanın sonucu çalışanlar için uygun bir iş tasarımı, çalışanların müşterilerin hayatlarına fayda sağlama motivasyonunu arttıracak ve aynı zamanda yüksek kaliteli hizmeti de geliştireceğini göstermiştir.

“Expectations And Perceptions In Airline Services: An Analysis Using Weighted SERVQUAL Scores” (Pakdil ve Aydın, 2007) konulu makale çalışmasında havayolu hizmetlerinde ağırlıklı SERVQUAL puanlarını kullanarak havayolu hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan 1000 adet anket çalışması yolculara yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda “isteklilik” boyutunun en önemli, "uygunluk" boyutunun ise kalitenin en az önemli ögesi olduğunu göstermiştir. Yolcuların eğitim düzeyi, beklenti ve algılarını etkileyen önemli bir değişken olmakla birlikte, yolcuların fark puanları eğitim düzeylerine, uçuş sıklığına ve uçuş amaçlarına göre önemli ölçüde farklılık göstermiştir.

“International Service Variants Airline Passenger Expectations And Perceptions Of Service Quality” (Sultan ve Simpson, 2000) konulu makale çalışmasında müşteri beklentileri ve havayolu hizmet kalitesi algılarının milliyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan 1794 adet Amerikalı ve Avrupalı yolculara uygulanan anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda İki yolcu grubu karşılaştırmasında, SERVQUAL’in beş boyutu arasında en önemli boyutun Güvenilirlik olduğu, sırasıyla İsteklilik, Güvence, Empati ve Fiziksel Özelliklerin takip ettiği tespit edilmiştir.

“An Empirical Analysis Of Customer Satisfaction in International Air Travel” (Clemes ve diğerleri, 2008) konulu makale çalışmasında uluslararası seyahat eden yolcuların memnuniyetini ve davranışsal niyetlerini etkileyen faktörleri araştırmayı ve aynı zamanda havayolu yolcularının algıladığı şekilde, uluslararası seyahatlerinde hizmet kalitesi üzerinde hangi boyutların hizmet kalitesini olumlu yönde etkilediğini ve hangi boyutların hizmet kalitesi üzerinde en çok ve en az önemli etkiye sahip olduğunu incelemeyi amaçlamıştır. Bu

amaçla SERVQUAL modeliyle oluşturulan 428 adet anket çalışması analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucundan dakiklik, güvence, uygunluk, yardımseverlik, rahatlık, yemekler, emniyet ve güvenlik boyutlarının yolcuların algılanan hizmet kalitesiyle pozitif yönde ilişkili olduğu, emniyet ve güvenin en önemli boyut olduğu, dakiklik boyutunun ise en az öneme sahip olduğu tespit edilmiştir.

“Customer Expectation, Satisfaction and Loyalty Relationship in Turkish Airline Industry” (Güres ve diğerleri, 2014) konulu makale çalışmasında Türk havayolu sektöründe müşteri beklentileri, müşteri memnuniyeti ve sadakat arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla SERVQUAL modeli ile oluşturulan 421 adet anket çalışması iç hat yolcularına, 400 adet anket çalışması ise dış hat yolcularına uygulanmıştır. Çalışmanın sonucu güvenilirlik ve tesislerin müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu göstermiştir. Ayrıca müşteri memnuniyetinin, müşteri bağlılığının önemli bir belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir.

“Measuring and Managing Service Quality: Integrating Customer Expectations” (Robledo, 2001) konulu makale çalışmasında uluslararası havayollarında en ideal hizmet kalitesi boyutları ve ölçeği elde etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla çeşitli Avrupa ülkelerinden gelen tarifeli ve tarifesiz 1152 havayolu yolcusuna anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda havayolları için en uygun ölçeğin yazar tarafından geliştirilen SERVPEX modeli olduğu ortaya konulmuştur. Yazar tarafından geliştirilen modele göre SERVPEX modelinin hizmet kalitesi belirleyicileri fiziksel özellikler, güvenilirlik ve müşteriye koruma boyutu olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır.

“Cross-Cultural Perspectives Regarding Service Quality And Satisfactionin Chinese Cross-Strait Airlines” (Lu ve Ling, 2008) konulu makale çalışmasında Çin’den Tayvan’a Tayvan’dan ise Çin’e seyahat eden yolcuların havayollarında algılanan hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla Tayvan’dan Çin’e seyahat eden 262 yolcuya, Çin’den de Tayvan’a ziyaret eden 142 yolcuya anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda hizmet kalitesi “Seyahat öncesi operasyon performansı”, “Uçuşa sevk performansı”, “Uçuştaki görevlilerinin yetenekleri”, “İletişim ve cevap verme kapasitesi”, “Uçak içi hizmet ve servisler” ve “güvenlik performansı” olmak üzere altı boyutta incelenmiş olup her iki yolcu grubunun hizmet kalitesine yönelik algılarında önemli farklılık olduğu sonucu tespit edilmiştir.

“Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions For Air Passengers Evidence From Taiwan” (Chen, 2008) konulu makale çalışmasında havayolu yolcularında hizmet kalitesi, algılanan değer, memnuniyet, davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla Tayvan’daki bir havayoluyla seyahat eden 245 yolcuya anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda hizmet beklentisinin algılanan performans üzerinde önemli ölçüde olumlu etkisinin olduğu, ancak algılanan değer ve memnuniyet üzerinde etkisinin olmadığı; algılanan performansın, algılanan değer üzerinde önemli ölçüde olumlu bir etkiye sahip olduğu, ancak memnuniyet üzerinde etkisinin olmadığı; algılanan değer, memnuniyet üzerinde önemli ölçüde olumlu bir etkiye sahip olduğu; hem algılanan değer hem de memnuniyetin, davranışsal niyetler üzerinde önemli ölçüde olumlu etkilere sahip olduğu; algılanan performansın, algılanan değer tarafından yönetilen memnuniyet üzerinde dolaylı etkiyi ortaya koyduğu ve son olarak algılanan değer, davranışsal niyetler üzerindeki genel memnuniyetten daha büyük bir etkiyi ortaya koyduğu tespit edilmiştir.

“Passenger Expectations and Airline Services: A Hong Kong Based Study” (Gilbert ve Wong, 2003) konulu makale çalışmasında Hong-Kong havaalanı kullanılarak uçuş yapan yolcuların havayolu hizmet kalitesine yönelik beklentilerini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla Hong-Kong havaalanından seyahat eden 328 yolcuya anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda havayolu seçimini kendi yapan yolcular (karar vericiler) ile yapmayanlar (karar vermeyenler) arasında istatistiksel olarak önemli farklar olmadığı, bununla birlikte farklı etnik gruplardan / milletlerden yolcular arasında ve iş, tatil ve arkadaş / akraba ziyareti gibi farklı amaçlarla seyahat eden yolcular arasında önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Bulgular ayrıca yolcuların sürekli olarak en önemli hizmet boyutu olarak "güvenceyi" sıraladıklarını göstermiştir.

5. ALAN ÇALIŞMASI

Çalışmanın bu bölümünde alan çalışmasının konusu, amacı, çalışmanın evreni ve örneklemini, veri toplama araçları ve verilerin istatistiksel analizi açıklanmış olup son olarak araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

5.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışma, “X” Hava Yolları’nın sunduğu havayolu ulaşımında hizmet kalitesini belirlemekle birlikte; literatürdeki benzer çalışmalardan farklı olarak yer hizmetlerinin sunduğu hizmetlerin “X” Hava Yolları’nın hizmet kalitesine etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır.

5.2. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada veri toplama aracı olarak servqual anketi kullanılmıştır. Anket formu hazırlanırken servqual hizmet kalite ölçüm modeline göre hazırlanmış benzer literatür çalışmaları incelenmiştir (Bölüm 4). Bu çalışmalarda kullanılan anket soruları çalışma özelinde ve ülke dinamikleri göz önünde bulundurularak analiz edilmiş ve 41 sorudan oluşan amaca uygun bir servqual anketi (EK-1) oluşturulmuştur.

Servqual anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yolcuların demografik yapısı ve havayolunu kullanma alışkanlıkları ölçülmektedir. İkinci ve üçüncü bölümde servqual modeli çerçevesinde hazırlanan 41 algı ve beklenti soru önermeleri kullanılmıştır. Sorular, yine servqual modeli çerçevesinde 5 ana boyut (fiziksel özellikler/ unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati) altında toplanmıştır. 41 sorudan 17 tanesi havayollarının değil, yer hizmetlerinin hizmet kalitesini ölçmeye yöneliktir. Ancak bu sorular ayrı olarak değil, diğer sorularla birlikte ve konularına göre uygun olan boyutların altına yerleştirilerek hazırlanmıştır.

Değerlendirme yönteminde 5’li likert ölçeği kullanılmıştır.

5.3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Alan çalışması “X” Hava Yolları ile yurt içi seyahat eden yolculara yapılmıştır. Örneklem büyüklüğü daha önce yapılmış literatür çalışmaları dikkate alınarak belirlenmiştir. Çalışmaya 534 yolcu katılmış ve 432 yolcunun anketi analiz edilmiştir. Anketler 04.02.2022-26.03.2022 tarihleri arasında online online olarak yapılmıştır.

5.4. Çalışmanın Kısıtları

Çalışma kısıtı olarak anket uygulanacak kişinin 18 yaşından büyük olması ve “X” Hava Yolları ile en az 1 kez yolculuk yapmış olması şartı getirilmiştir.

5.5. Verilerin Analizi

İstatistiksel analizler için SPSS 24.0 programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotların (Ortalama, Standart Sapma, Medyan, Frekans, Oran, Minimum, Maksimum), yanı sıra niceliksel verilerin normal dağılıma uygunlukları basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) değerleri ile sınanmıştır. Demografik özelliklerin ölçeklere göre değerlendirilmesinde One-Way Anova testi ve Independent Sample T Testi kullanılmıştır. Anlamlılık $p<0,01$ ve $p<0,05$ düzeylerinde değerlendirilmiştir. Servqual modeli çerçevesinde beklenti ve algı skorları hesaplanmış ve boşluk analizi yapılmıştır. Ayrıca yine beklenti ve algı skorları kullanılarak quadrant analizi yapılmıştır.

5.6. Bulgular

Çizelge 5.1’de katılımcıların sosyo-demografik bilgileri özetlenmiştir.

5.7. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Çizelge 5.2’de ise katılımcıların uçuş bilgileri verilmektedir.

Çizelge 5.1. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	179	41,4
Erkek	253	58,6
Yaş		
18-25 yaş	72	16,7
26-35 yaş	169	39,1
36-45 yaş	117	27,1
46-55 yaş	55	12,7
56 yaş ve üstü	72	16,7
Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Bekar	189	43,8
Evli	243	56,3
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
İlköğretim	5	1,2
Lise	30	6,9
Ön Lisans	32	7,4
Lisans	277	64,1
Lisans Üstü	88	20,4
Çalışılan Sektör	Frekans	Yüzde
Kamu	118	27,3
Özel Sektör	314	72,7
Aylık Gelir Durumu	Frekans	Yüzde
5000 TL ve Altı	92	21,3
5001-8000 TL arası	89	20,6
8001-10000 TL arası	74	17,1
10001-15000 TL arası	89	20,6
15001 TL ve Üstü	88	20,4

Çizelge 5.2. Katılımcıların uçuş bilgileri

Covid-19 Pandemi Koşulları Öncesi Dahil Yurt İçi Uçuş Sıklığına Göre Dağılım	Frekans	Yüzde
Haftada Bir	8	1,9
Ayda Bir	76	17,6
Altı Ayda Bir	157	36,3
Yılda Bir	97	22,5
Diğer	94	21,8
Uçuş Sınıfına Göre Dağılım	Frekans	Yüzde
Business	9	2,1
Ekonomi	423	97,9
Uçuş Nedenine Göre Dağılımı	Frekans	Yüzde
İş	131	30,3
Tatil	150	34,7
Ziyaret	111	25,7
Diğer	40	9,3
Miles & Miles Üyeliğine Göre Dağılımı	Frekans	Yüzde
Yok	244	56,5
Var	188	43,5
Classic	155	82,4
Classic Plus	20	10,6
Elite	10	5,3
Elite Plus	3	1,6
Yurt İçi Uçuşunuzda Herhangi Bir Sorun Yaşama Durumuna göre Dağılım	Frekans	Yüzde
Evet	64	14,8
Hayır	368	85,2

Çizelge 5.3’de beklenti skorlarına ilişkin soruların cevap dağılımı görülmektedir. Araştırmacı tarafından kolay yorumlanabilmesi için yer hizmetleri beklentisini sorgulayan soruların yanına “(Y.H)” ifadesi eklenmiştir.

Çizelge 5.3. Beklenti sorularına ilişkin soruların cevap dağılımı

Boyut	Beklenti Soruları	Çok Önemsiz	Önemsiz	Ne önemli Ne önemsiz	Önemli	Çok Önemli
		%	%	%	%	%
Fiziksel Özellikler	BS1	0	0	1,4	21,1	77,5
	BS2 (Y.H.)	0	0,2	2,5	28,9	68,3
	BS3	0,5	1,9	10,2	39,6	47,9
	BS4	0,2	2,1	13,9	32,4	51,4
	BS5	0	1,2	6,9	31	60,9
	BS6 (Y.H.)	0,2	2,3	9,3	35,9	52,3
	BS7	0,2	2,5	11,3	43,3	42,6
	BS8	0	0	4,4	26,2	69,4
	BS9	0,2	0	0,2	18,8	80,8
	BS10 (Y.H.)	0	0	0,2	14,4	85,4
Güvenilirlik	BS11 (Y.H.)	0	0	0,2	10,2	89,6
	BS12 (Y.H.)	0	0,2	0	17,8	81,9
	BS13	0,2	0	0,9	27,3	71,5
	BS14 (Y.H.)	0	0	2,3	28,5	69,2
	BS15 (Y.H.)	0,2	0,7	2,5	39,8	56,7
	BS16 (Y.H.)	0	0	1,2	28,7	70,1
	BS17	0	0,5	0	16,2	83,3
	BS18	0	0,2	3,2	21,3	75,2
	BS19 (Y.H.)	0	0,2	1,9	26,6	71,3
Heveslilik	BS20	0,2	1,4	12	47,5	38,9
	BS21 (Y.H.)	0	0,2	4,4	40,7	54,6
	BS22	0	0,5	5,3	41	53,2
	BS23 (Y.H.)	0	0,2	4,2	41	54,6
	BS24	1,9	9	23,4	35,9	29,9
	BS25 (Y.H.)	1,2	6,7	22,9	40,5	28,7
Güvence	BS26	0,5	0	1,4	24,5	73,6
	BS27 (Y.H.)	0,5	0,7	5,1	34	59,7
	BS28	0	0	0,9	31,3	67,8
	BS29 (Y.H.)	0	0,2	2,8	35,4	61,6
	BS30	0	0,9	1,4	23,1	74,5
	BS31 (Y.H.)	0	0,2	1,9	28,5	69,4
	BS32	0,2	1,2	6	35	57,6
	BS33	0	0,2	1,2	27,8	70,8
Empati	BS34 (Y.H.)	1,9	3,9	14,6	40,7	38,9
	BS35	1,9	5,1	18,1	40,3	34,7
	BS36	0,2	0,9	7,6	39,8	51,4
	BS37	0,2	0,7	2,5	33,8	62,7
	BS38 (Y.H.)	1,6	2,8	13,9	42,8	38,9
	BS39	0,9	2,1	10,6	37,7	48,6
	BS40	0,5	1,4	5,6	29,4	63,2
	BS41	0,2	0,2	1,9	28,2	69,4

Çizelge 5.3 incelenerek 41 önermenin içinde 5 önerme tespit edilmiştir. Bunlar:

BS11 “İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir.” önermesi %89,6 oranla beklentisi en fazla olan önermedir.

BS10 “İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır.” önermesi %85,4 oranla beklentisi en fazla olan ikinci önermedir.

BS17 “İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.” önermesi %83,3 oranla beklentisi en fazla olan üçüncü önermedir.

BS12 “İdeal bir havayolu, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir.” önermesi %81,9 oranla beklentisi en fazla olan dördüncü önermedir.

BS09 “İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanımına sahip olmalıdır.” önermesi %80,8 oranla beklentisi en fazla olan beşinci önermedir.

Beklentisi en fazla olan 5 önerme incelendiğinde bunların 3 tanesinin yer hizmetleri önermesi olduğu görülmektedir. Beklentisi en fazla olan 5 önermeden 3 tanesi, güvenilirlik önermesi; 2 tanesi ise fiziksel özellikler önermeleridir.

Yer hizmeti kapsamında bakıldığında havayolu ile seyahat eden yolcuların bagajlarını zamanında eksiksiz ve hasarsız almaları, uçak içi koltuk ve tuvaletlerin temiz olması, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim işlemlerinin taahhüt edilen zamanda yerine getirilmesi; yer hizmeti hizmet kalitesi bağlamında yolcuların en fazla önem verdiği beklenti önermeler arasında olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.4’de algı sorularına ilişkin soruların cevap dağılımı görülmektedir. Araştırmacı tarafından kolay yorumlanabilmesi için yer hizmetleri algısını sorgulayan soruların yanına “(Y.H.)” ifadesi eklenmiştir.

Çizelge 5.4. Algı sorularına ilişkin soruların cevap dağılımı

Boyut	Algı Soruları	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
		%	%	%	%	%
Fiziksel Özellikler	AS1	0	1,6	6,3	55,3	36,8
	AS2 (Y.H.)	0,5	2,8	17,4	54,2	25,2
	AS3	0,2	1,6	14,6	51,6	31,9
	AS4	0,5	8,6	16	46,5	28,5
	AS5	0,2	0,9	3,2	47,7	47,9
	AS6 (Y.H.)	0,2	1,4	7,4	54,9	36,1
	AS7	2,3	9,7	22,2	42,4	23,4
	AS8	1,4	12,3	24,8	41,2	20,4
	AS9	0,2	1,6	16,4	50,9	30,8
	AS10 (Y.H.)	0,5	1,2	14,4	55,8	28,2
Güvenilirlik	AS11(Y.H.)	2,1	7,4	21,1	50	19,4
	AS12 (Y.H.)	0,7	3,5	18,8	55,6	21,5
	AS13	0,9	3,5	17,1	57,4	21,1
	AS14 (Y.H.)	1,2	5,6	19,9	52,3	21,1
	AS15 (Y.H.)	1,9	7,4	30,8	45,8	14,1
	AS16 (Y.H.)	0,2	2,1	9	63,4	25,2
	AS17	2,8	4,2	26,9	45,6	20,6
	AS18	0,5	0,7	10,6	59,3	28,9
	AS19 (Y.H.)	0,7	1,6	14,6	59,5	23,6
Heveslilik	AS20	0,2	0,2	11,8	60,2	27,5
	AS21 (Y.H.)	0,7	2,3	17,6	56,3	23,1
	AS22	0	1,4	13	59	26,6
	AS23 (Y.H.)	0,9	3	16,7	57,6	21,8
	AS24	0,5	4,4	26,4	48,4	20,4
	AS25 (Y.H.)	1,9	6,7	28,2	44,9	18,3
Güvence	AS26	0,2	0,2	6,7	63,2	29,6
	AS27	0,9	3,2	16,7	54,4	24,8
	AS28	0,2	0,5	5,6	59,3	34,5
	AS29 (Y.H.)	0,9	2,5	14,4	54,2	28
	AS30	0,2	0,7	6,9	59,5	32,6
	AS31 (Y.H.)	0,7	3,7	14,1	53,5	28
	AS32	1,6	8,1	22,2	49,8	18,3
	AS33	0,7	2,3	12,5	56,5	28
Empati	AS34 (Y.H.)	1,4	5,1	22,5	50,9	20,1
	AS35	0	2,5	19,7	54,4	23,4
	AS36	1,4	10,9	20,4	48,6	18,8
	AS37	6,9	16,7	24,1	34,7	17,6
	AS38 (Y.H.)	1,6	7,2	25,7	48,4	17,1
	AS39	0,7	6	21,3	49,1	22,9
	AS40	10	22	28,9	26,2	13
	AS41	2,3	3,5	16,7	56	21,5

Algı İlişkin Soruların Dağılımına bakıldığında sorulara en yoğun verilen cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

- AS16 “Check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet verilir” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %63,4 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.

- AS26 “Host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven verir” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %63,2 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.
- AS20 “Host/hostesleri yolculara hızlı hizmet verir” Seçeneğine verilen en yoğun cevap %60,2 oranında katılıyorum cevabı olmuştur.

5.8. Güvenilirlik Testleri

Bu bölümde ölçeklerin güvenilirlik katsayıları, normal dağılım uyup uymadıkları ve birbirileri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Çizelge 5.5. Güvenirlilik katsayıları ve normallik dağılım sonuçları

	<i>Çarpıklık</i>	<i>Basıklık</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Beklenti soruları			
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	-0,773	0,286	0,775
Güvenilirlik	-1,205	0,885	0,833
Heveslilik/İsteklilik/Yanıt Verebilirlik	-0,390	-0,250	0,843
Güvence	-1,129	1,584	0,842
Empati	-0,658	0,411	0,844
Algı soruları			
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	-0,152	0,357	0,874
Güvenilirlik	-0,327	0,942	0,916
Heveslilik/İsteklilik/Yanıt Verebilirlik	-0,084	-0,178	0,900
Güvence	-0,165	-0,013	0,909
Empati	-0,016	-0,163	0,887

Bir dağılımın normal bir dağılım gösterip göstermediğine karar vermek için çarpıklık ve basıklık değerleri dikkate alınır. Bu noktada basıklık ve çarpıklık değerlerinin kesme noktaları (sınırları) çarpıklık (Skewness) için mutlak değer olarak 3 ve basıklık (Kurtosis) için mutlak değer olarak 10'un üzerinde olmamalıdır (Kline, 2011). Çalışmamızdaki ölçeklerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır. Ölçeklerin Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 olması güvenilir olduğunu göstermektedir (Tavakol ve Dennick, 2011). Çalışmamızda kullanılan ölçekler güvenilir bulunmuştur.

Çizelge 5.6. Beklenti sorularına ilişkin soruların güvenirlik katsayıları

Beklenti değişkenleri	Değişken Silindiğinde C.Alpha Değeri	Beklenti değişkenleri	Silindiğinde C.Alpha Değeri
BS1	0,961	BS21	0,960
BS2	0,960	BS22	0,960
BS3	0,960	BS23	0,960
BS4	0,960	BS24	0,960
BS5	0,960	BS25	0,960
BS6	0,960	BS26	0,960
BS7	0,961	BS27	0,960
BS8	0,960	BS28	0,960
BS9	0,960	BS29	0,960
BS10	0,960	BS30	0,960
BS11	0,960	BS31	0,960
BS12	0,960	BS32	0,960
BS13	0,960	BS33	0,960
BS14	0,960	BS34	0,960
BS15	0,960	BS35	0,960
BS16	0,960	BS36	0,960
BS17	0,960	BS37	0,960
BS18	0,960	BS38	0,960
BS19	0,960	BS39	0,960
BS20	0,960	BS40	0,960
		BS41	0,960

Çizelge 5.7. Algı sorularına ilişkin soruların güvenirlik katsayıları

Beklenti Değişkenleri	Değişken Silindiğinde C.Alpha Değeri	Beklenti Değişkenleri	Değişken Silindiğinde C.Alpha Değeri
AS1	0,960	AS21	0,959
AS2	0,960	AS22	0,960
AS3	0,960	AS23	0,959
AS4	0,960	AS24	0,959
AS5	0,960	AS25	0,959
AS6	0,960	AS26	0,960
AS7	0,960	AS27	0,959
AS8	0,960	AS28	0,960
AS9	0,960	AS29	0,959
AS10	0,960	AS30	0,960
AS11	0,960	AS31	0,959
AS12	0,959	AS32	0,960
AS13	0,960	AS33	0,960
AS14	0,959	AS34	0,959
AS15	0,960	AS35	0,959
AS16	0,960	AS36	0,959
AS17	0,959	AS37	0,960
AS18	0,960	AS38	0,959
AS19	0,959	AS39	0,960
AS20	0,960	AS40	0,960
		AS41	0,960

5.9. Demografik Özelliklerin Boyutlara Göre Değerlendirilmesi

Bu bölümde demografik özellikler boyutlara göre değerlendirilmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir. Çizelge 5.8’de cinsiyete göre boyutlar değerlendirilmiştir.

Çizelge 5.8. Cinsiyete göre boyutların değerlendirilmesi

	<i>Kadın</i>		<i>Erkek</i>		^a p
	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	
Beklenti soruları					
Fiziksel Özellikler	4,62±0,33	3,5-5 (4,7)	4,5±0,38	3,2-5 (4,5)	0,001**
Güvenilirlik	4,79±0,3	3,44-5 (4,89)	4,68±0,32	3,67-5 (4,78)	0,001**
Heveslilik	4,33±0,54	2,5-5 (4,33)	4,17±0,59	2-5 (4,17)	0,001**
Güvence	4,7±0,35	3,25-5 (4,88)	4,58±0,41	2,5-5 (4,75)	0,001**
Empati	4,44±0,48	3,13-5 (4,5)	4,28±0,56	2,13-5 (4,25)	0,001**
Algı soruları					
Fiziksel Özellikler	4,08±0,51	2,7-5 (4)	4,05±0,56	1,7-5 (4)	0,585
Güvenilirlik	3,97±0,57	2,11-5 (4)	3,88±0,65	1,11-5 (3,89)	0,147
Heveslilik	4,01±0,59	2,5-5 (4)	3,93±0,64	2-5 (4)	0,183
Güvence	4,13±0,54	2,5-5 (4)	4,05±0,59	2,13-5 (4)	0,134
Empati	3,75±0,68	1,88-5 (3,75)	3,65±0,72	1,75-5 (3,63)	0,150

^aIndependent Sample T Test

**p<0,01

Beklenti soruları;

Cinsiyete göre fiziksel özellikler ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Kadınların fiziksel özellikler ile ilgili beklentileri, erkeklerden fazla bulunmuştur.

Cinsiyete göre güvenilirlik ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Kadınların güvenilirlik ile ilgili beklentileri, erkeklerden fazla bulunmuştur.

Cinsiyete göre heveslilik ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Kadınların heveslilik ile ilgili beklentileri, erkeklerden fazla bulunmuştur.

Cinsiyete göre güvence ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Kadınların güvence ile ilgili beklentileri, erkeklerden fazla bulunmuştur.

Cinsiyete göre empati ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Kadınların empati ile ilgili beklentileri, erkeklerden fazla bulunmuştur.

Algı soruları;

Cinsiyete göre fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Çizelge 5.9. Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi

	Bugüne kadar yurt içi uçuşunuzda herhangi bir sorun yaşadınız mı?				a
	Evet		Hayır		
	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	
Beklenti soruları					
Fiziksel Özellikler	4,52±0,4	3,5-5 (4,55)	4,56±0,36	3,2-5 (4,6)	0,393
Güvenilirlik	4,75±0,3	3,67-5 (4,89)	4,72±0,32	3,44-5 (4,78)	0,540
Heveslilik	4,2±0,68	2,5-5 (4,33)	4,24±0,56	2-5 (4,17)	0,561
Güvence	4,71±0,35	3,75-5 (4,88)	4,62±0,4	2,5-5 (4,75)	00,81
Empati	4,41±0,53	2,88-5 (4,38)	4,33±0,54	2,13-5 (4,38)	0,299
Algı soruları					
Fiziksel Özellikler	3,88±0,59	1,7-5 (3,9)	4,1±0,52	2,5-5 (4)	0,003**
Güvenilirlik	3,61±0,72	1,11-5 (3,67)	3,97±0,59	1,89-5 (4)	0,001**
Heveslilik	3,71±0,71	2-5 (3,83)	4,0±0,59	2,33-5 (4)	0,001**
Güvence	3,88±0,73	2,13-5 (3,88)	4,12±0,54	2,63-5 (4)	0,002**
Empati	3,39±0,78	1,75-5 (3,38)	3,75±0,68	1,88-5 (3,75)	0,001**

^aIndependent Sample T Test

** $p<0,01$

Beklenti soruları;

Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Algı soruları;

Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre fiziksel özellikler ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Sorun yaşayanların fiziksel özellikler ile ilgili algıları, sorun yaşamayanlardan düşük bulunmuştur.

Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre güvenilirlik ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Sorun yaşayanların güvenilirlik ile ilgili algıları, sorun yaşamayanlardan düşük bulunmuştur.

Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre heveslilik ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Sorun yaşayanların heveslilik ile ilgili algıları, sorun yaşamayanlardan düşük bulunmuştur.

Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre güvence ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Sorun yaşayanların güvence ile ilgili algıları, sorun yaşamayanlardan düşük bulunmuştur.

Yurt içi uçuşlarında sorun yaşama durumuna göre empati ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Sorun yaşayanların empati ile ilgili algıları, sorun yaşamayanlardan düşük bulunmuştur.

Çizelge 5.10. Uçuş sınıfına göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi

	Uçuş sınıfı				b _p
	Business		Ekonomi		
	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	
Beklenti soruları					
Fiziksel Özellikler	4,62±0,33	4,2-5 (4,7)	4,55±0,37	3,2-5 (4,6)	0,654
Güvenilirlik	4,68±0,35	4-5 (4,67)	4,72±0,32	3,44-5 (4,78)	0,790
Heveslilik	4,39±0,48	3,67-5 (4,5)	4,23±0,58	2-5 (4,17)	0,459
Güvence	4,64±0,42	3,88-5 (4,75)	4,63±0,39	2,5-5 (4,75)	0,932
Empati	4,21±0,51	3,63-5 (4)	4,35±0,54	2,13-5 (4,38)	0,332
Algı soruları					
Fiziksel Özellikler	4,32±0,53	3,8-5 (4)	4,06±0,54	1,7-5 (4)	0,228
Güvenilirlik	4,1±0,74	2,89-5 (3,89)	3,91±0,62	1,11-5 (3,89)	0,617
Heveslilik	4,22±0,66	3,33-5 (4,17)	3,95±0,62	2-5 (4)	0,239
Güvence	4,36±0,58	3,5-5 (4,13)	4,08±0,57	2,13-5 (4)	0,154
Empati	3,85±1,04	2,13-5 (3,88)	3,69±0,7	1,75-5 (3,75)	0,463

^bMann Whitney U Testi

Beklenti soruları;

Uçuş sınıfına göre fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Algı soruları;

Uçuş sınıfına göre fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati ile ilgili algılar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Çizelge 5.11. Uçuş sıklığına göre beklenti ve algı ölçeklerin değerlendirilmesi

	Altı Ayda Bir		Ayda Bir		Yılda Bir		Diğer		‘p
	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	
Beklenti									
Fiziksel Özellikler	4,55±0,34	3,5-5 (4,6)	4,45±0,38	3,4-5 (4,5)	4,6±0,35	3,3-5 (4,6)	4,59±0,41	3,2-5 (4,7)	0,028*
Güvenilirlik	4,7±0,33	3,67-5 (4,78)	4,67±0,32	3,67-5 (4,67)	4,78±0,26	4-5 (4,89)	4,75±0,34	3,44-5 (4,89)	0,140
Heveslilik	4,2±0,59	2,5-5 (4,17)	4,1±0,59	2,67-5 (4,17)	4,35±0,52	2,83-5 (4,33)	4,31±0,57	2-5 (4,33)	0,010*
Güvence	4,6±0,38	3,38-5 (4,75)	4,6±0,39	3,5-5 (4,69)	4,69±0,35	3,38-5 (4,75)	4,65±0,45	2,5-5 (4,88)	0,250
Empati	4,33±0,53	2,63-5 (4,38)	4,23±0,56	2,5-5 (4,25)	4,42±0,53	2,13-5 (4,5)	4,4±0,52	3-5 (4,38)	0,070
Algı									
Fiziksel Özellikler	4,04±0,52	2,8-5 (4)	4,01±0,59	1,7-5 (4)	4,06±0,54	2,5-5 (4)	4,17±0,52	2,8-5 (4,1)	0,187
Güvenilirlik	3,92±0,61	2,11-5 (3,89)	3,75±0,69	1,11-5 (3,78)	3,96±0,57	2,11-5 (4)	4,01±0,6	1,89-5 (4)	0,032*
Heveslilik	3,91±0,62	2-5 (4)	3,9±0,64	2,17-5 (4)	3,97±0,61	2,5-5 (4)	4,08±0,62	2,5-5 (4)	0,132
Güvence	4,05±0,55	2,63-5 (4)	3,99±0,66	2,13-5 (4)	4,1±0,54	2,88-5 (4)	4,19±0,56	2,75-5 (4)	0,130
Empati	3,7±0,63	2,25-5 (3,63)	3,54±0,75	1,75-5 (3,5)	3,69±0,72	1,88-5 (3,75)	3,83±0,76	2-5 (3,88)	0,063

^cOne-Way Anova Test * $p<0,05$

Beklenti soruları;

Uçuş sıklığına göre güvenilirlik, güvence ve empati ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Uçuş sıklığına göre fiziksel özellikler ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,028$; $p<0,05$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre ayda bir seyahat edenlerin fiziksel özellikler ile ilgili beklentilerinin, yılda bir ($p=0,044$) ve diğer ($p=0,050$) tür seyahat edenlere göre düşük olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer uçuş sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Uçuş sıklığına göre heveslilik ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,010$; $p<0,05$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre ayda bir seyahat edenlerin heveslilik ile ilgili beklentilerinin, yılda bir ($p=0,013$) seyahat edenlere göre düşük olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer uçuş sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Algı soruları;

Uçuş sıklığına göre fiziksel özellikler, heveslilik, güvence ve empati ile ilgili algılar istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Çizelge 5.12. Gelir durumuna göre beklenti ve algı ölçeklerinin değerlendirilmesi

	5000 TL ve Altı		5001-8000 TL		8001-10000 TL		10001-15000 TL		15001 TL ve Üstü		°p
	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	Mean±Sd	Min-Max	
Beklenti											
Fiziksel Özellikler	4,65±0,33	3,5-5 (4,7)	4,59±0,33	3,5-5 (4,6)	4,56±0,35	3,5-5 (4,6)	4,51±0,36	3,6-5 (4,6)	4,45±0,42	3,2-5 (4,5)	0,005*
Güvenilirlik	4,78±0,31	3,44-5 (4,89)	4,76±0,29	4-5 (4,89)	4,75±0,3	3,67-5 (4,89)	4,67±0,35	3,78-5 (4,78)	4,66±0,32	3,67-5 (4,67)	0,040*
Heveslilik	4,41±0,55	2,83-5 (4,5)	4,27±0,55	2,83-5 (4,33)	4,27±0,52	3,17-5 (4,17)	4,13±0,6	2,5-5 (4,17)	4,1±0,6	2-5 (4,17)	0,002**
Güvence	4,71±0,36	3,25-5 (4,88)	4,64±0,37	3,38-5 (4,75)	4,64±0,39	3,38-5 (4,75)	4,58±0,37	3,88-5 (4,63)	4,58±0,45	2,5-5 (4,75)	0,140
Empati	4,56±0,45	3,5-5 (4,69)	4,38±0,53	2,13-5 (4,38)	4,31±0,54	3-5 (4,38)	4,24±0,54	2,63-5 (4,25)	4,21±0,57	2,5-5 (4,25)	0,001*
Algı											
Fiziksel Özellikler	4,21±0,52	3-5 (4,15)	4±0,52	2,5-5 (4)	4,12±0,55	2,9-5 (4,1)	4,03±0,51	2,7-5 (4)	3,97±0,57	1,7-5 (4)	0,016*
Güvenilirlik	4,15±0,57	2,78-5 (4)	3,9±0,6	2,44-5 (4)	3,92±0,66	2,11-5 (3,94)	3,88±0,59	2,11-5 (3,89)	3,71±0,62	1,11-5 (3,78)	0,001**
Heveslilik	4,14±0,65	2,33-5 (4)	3,89±0,6	2,67-5 (4)	3,97±0,65	2-5 (4)	3,91±0,59	2,33-5 (4)	3,88±0,59	2,17-5 (3,83)	0,029*
Güvence	4,27±0,6	2,5-5 (4,25)	4,05±0,57	2,38-5 (4)	4,07±0,56	2,75-5 (4)	4,02±0,55	2,25-5 (4)	3,98±0,57	2,13-5 (4)	0,007**
Empati	3,9±0,73	1,88-5 (4)	3,68±0,71	1,88-5 (3,75)	3,67±0,74	2-5 (3,63)	3,63±0,66	2-5 (3,63)	3,58±0,65	1,75-5 (3,5)	0,025*

°One-Way Anova Test

** $p<0,01$

* $p<0,05$

Beklenti soruları;

Gelir durumuna göre fiziksel özellikler ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,006$; $p<0,01$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların fiziksel özellikler ile ilgili beklentilerinin, gelir durumu 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,004$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,01$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre güvenilirlik ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,040$; $p<0,05$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların güvenilirlik ile ilgili beklentilerinin, gelir durumu 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,004$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,01$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre heveslilik ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,002$; $p<0,01$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların heveslilik ile ilgili beklentilerinin, gelir durumu 10001-15000 TL ($p=0,013$) ve 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,003$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre güvence ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre empati ile ilgili beklentileri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların empati ile ilgili beklentilerinin, gelir durumu 8001-10000 TL ($p=0,025$), 10001-15000 TL ($p=0,001$) ve 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,001$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Algı soruları;

Gelir durumuna göre fiziksel özellikler ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,016$; $p<0,05$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların fiziksel özellikler ile ilgili algılarının, gelir durumu 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,020$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre güvenilirlik ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,001$; $p<0,01$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların güvenilirlik ile ilgili algılarının, gelir durumu 10001-15000 TL ($p=0,032$) ve 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,001$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre heveslilik ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,029$; $p<0,05$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000

TL ve altı olanların heveslilik ile ilgili algılarının, gelir durumu 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,045$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre güvence ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,007$; $p<0,01$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların güvence ile ilgili algılarının, gelir durumu 10001-15000 TL ($p=0,032$) ve 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,007$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Gelir durumuna göre empati ile ilgili algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,025$; $p<0,05$). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre gelir durumu 5000 TL ve altı olanların empati ile ilgili algılarının, gelir durumu 15000 TL ve üzeri olanlardan ($p=0,025$) yüksek olması anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Diğer gelir durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

5.10. Boşluk Analizi

Servqual Modeli çerçevesinde, hizmet kalitesi ile ilgili yolcuların beklenti, algı ve boşluk skorları hesaplanarak hizmet kalitesi değerlendirilmiştir. Skorların hesaplanmasında kullanılan formüller aşağıdaki gibidir:

$$\text{Beklenti Skoru} = (B1 + B2 + B3 + \dots + B500) / 500$$

$$\text{Algı Skoru} = (A1 + A2 + A3 + \dots + A500) / 500 =$$

$$\text{Boşluk Skoru} = \text{Algı Skoru} - \text{Beklenti Skoru}$$

Hesaplamalar sonucu elde edilen skorlar aşağıda tablolarda gösterilmiştir.

Çizelge 5.13. Soru bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi

		Beklenti (B)	Algı (A)	Boşluk (Analizi)	Ortalama
Fiziksel Özellikler	İdeal bir havayolu, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet vermelidir.	4,76	4,27	-0,49	-0,49
	İdeal bir havayolunun, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahat olmalıdır. (Y.H.)	4,65	4,01	-0,64	
	İdeal bir havayolu, modern görünüşlü uçaklara sahip olmalıdır.	4,33	4,13	-0,19	
	İdeal bir havayolunun, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitli olmalıdır.	4,33	3,94	-0,39	
	İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.	4,52	4,42	-0,09	
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır. (Y.H.)	4,38	4,25	-0,12	
	İdeal bir havayolu, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film vb. eğlence sistemine sahip olmalıdır.	4,25	3,75	-0,51	
	İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.	4,65	3,67	-0,98	
	İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanıma sahip olmalıdır.	4,8	4,1	-0,69	
	İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır. (Y.H.)	4,85	4,1	-0,75	
Güvenilirlik	İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir. (Y.H.)	4,89	3,77	-1,12	-0,81
	İdeal bir havayolu, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir. (Y.H.)	4,81	3,94	-0,88	
	İdeal bir havayolu, uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirmelidir.	4,7	3,94	-0,76	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi göstermelidir. (Y.H.)	4,67	3,87	-0,8	
	İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır. (Y.H.)	4,52	3,63	-0,89	
	İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir. (Y.H.)	4,69	4,11	-0,58	
	İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.	4,82	3,77	-1,05	
	İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.	4,72	4,16	-0,56	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirmelidir. (Y.H.)	4,69	4,04	-0,65	
Heveslilik	İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.	4,23	4,15	-0,09	-0,28
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir. (Y.H.)	4,5	3,99	-0,51	
	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.	4,47	4,11	-0,36	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır. (Y.H.)	4,5	3,96	-0,54	
	İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.	3,83	3,84	0,01	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler. (Y.H.)	3,89	3,71	-0,18	

Çizelge 5.13. (devam) Soru bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi

Güvence	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven vermelidir.	4,71	4,22	-0,49	-0,55
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven vermelidir. (Y.H.)	4,52	3,99	-0,53	
	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.	4,67	4,27	-0,4	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır. (Y.H.)	4,58	4,06	-0,53	
	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.	4,71	4,24	-0,48	
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır. (Y.H.)	4,67	4,04	-0,63	
	İdeal bir havayolunun, uçuşlarının ertelenme / iptal olasılığı düşük olmalıdır.	4,49	3,75	-0,74	
	İdeal bir havayolunun çağrı hizmeti çalışanları, yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmalıdır.	4,69	4,09	-0,6	
Empati	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir. (Y.H.)	4,11	3,83	-0,28	-0,65
	İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.	4,01	3,99	-0,02	
	İdeal bir havayolunun uçuş tarifesi, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmelidir.	4,41	3,72	-0,69	
	İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.	4,58	3,39	-1,19	
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır. (Y.H.)	4,15	3,72	-0,42	
	İdeal bir havayolunun yolcularına avantaj sağlayan sadakat programları olmalıdır.	4,31	3,88	-0,44	
	İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.	4,53	3,1	-1,43	
	İdeal bir havayolunun web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlı olmalıdır.	4,66	3,91	-0,75	

Fiziksel Özellikler Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Fiziksel özellikler ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,09 ile “İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.” ve -0,12 ile “İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,98 ile “İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.” ve -0,75 ile “İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır. (Y.H.)” olmuştur. Fiziksel özellikler boyutunda beklentiyi en az karşılayan ikinci önermenin yer hizmetleri sorusu olduğu görülmektedir.

Güvenilirlik Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Güvenilirlik ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,56 ile “İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.” ve -0,58 ile “İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -1,12 ile “İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir. (Y.H.)”, -1,05 ile “İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.”, -0,89 “İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır. (Y.H.)”, -0,88 “İdeal bir havayolu, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir. (Y.H.)” olmuştur. Güvenilirlik boyutunda beklentileri en az karşılayan 4 önermeden 3 tanesinin yer hizmetleri önermesi olduğu görülmektedir.

Heveslilik Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Heveslilik ile ilgili önermelerden “İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir” pozitif yönlüdür. Bu hizmette müşterilerin beklentileri karşılanmıştır. Diğer hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan diğer hizmet ise; -0,09 ile “İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,54 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır. (Y.H.)” ve -0,51 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir. (Y.H.)” olmuştur. Heveslilik boyutundaki önermelere bakıldığında beklentileri en az karşılayan ilk 2 önermenin yer hizmetleri önermesi olduğu görülmektedir.

Güvence Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Güvence ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,40 ile “İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.” ve -0,48 ile “İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,74 ile “İdeal bir havayolunun, uçuşlarının ertelenme / iptal olasılığı düşük olmalıdır.”, -0,63 ile

“İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır. (Y.H.)” , -0,53 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven vermelidir. (Y.H.)” ve “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır. (Y.H.)” olmuştur. Güvence boyutundaki önermelere bakıldığında beklentileri en az karşılayan 4 önermeden 3 tanesinin yer hizmetleri önermesi olduğu görülmektedir.

Empati Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Empati ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,02 ile “İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.” ve -0,28 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -1,43 ile “İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.” ve -1,19 ile “İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.” olmuştur.

Çizelge 5.14. En fazla ilk beş boşluğun değerlendirilmesi

		Beklenti (B)	Algı (A)	Boşluk (Analizi)
Fiziksel Özellikler	İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.	4,65	3,67	-0,98
Güvenilirlik	İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir. (Y.H.)	4,89	3,77	-1,12
	İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.	4,82	3,77	-1,05
Empati	İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.	4,58	3,39	-1,19
	İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.	4,53	3,1	-1,43

Yolcuların, beklentilerinin en yüksek düzeyde karşılanmadığını düşündüğü hizmetler tablo 22’de gösterilmiştir. Bu yüksek düzeyde karşılanmayan beklentilerden en yüksek üçüncü beklenti yer hizmetlerine aittir. “İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir. (Y.H.)” önermesinin beklentiyi karşılamaması yer

hizmetleri süreçlerinde yolcu bagajlarının zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim edilmediğini göstermektedir.

Çizelge 5.15. En az ilk beş boşluğun değerlendirilmesi

		Beklenti (B)	Algı (A)	Boşluk (Analizi)
Fiziksel Özellikler	İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.	4,52	4,42	-0,09
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır. (Y.H.)	4,38	4,25	-0,12
Heveslilik	İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.	4,23	4,15	-0,09
	İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.	3,83	3,84	0,01
Empati	İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.	4,01	3,99	-0,02

Yolcuların, memnun kaldığı hizmetler Çizelge 5.15’de gösterilmiştir. En çok memnun kalınan hizmet Heveslilik boyutundadır. En çok memnun 5 önermeden sadece 1 tanesini fiziksel özellikler boyutunda yer hizmetleri önermesi olmuştur.

Çizelge 5.16. Boyut bazlı boşluk skorlarının değerlendirilmesi

	Boşluk (Analizi)
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	-0,49
Güvenilirlik	-0,81
Heveslilik/İsteklilik/Yanıt Verebilirlik	-0,28
Güvence	-0,55
Empati	-0,65

Boyutlara ait boşluk analizi skorlarına bakıldığında değerler negatif çıktığından müşterilerin sunulan hizmetlerden memnun olmadıkları ve algıladıklarının beklediklerinin altında olduğunu görülmektedir. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan boyut heveslilik/isteklilik/yanıt verebilirlik boyutu olmuştur. Müşteriler açısından beklentileri en az karşılayan boyut ise güvenilirlik boyutunda olmuştur

Çizelge 5.17. Boyutlarda hizmet kapsamı açısından boşluk skorlarının değerlendirilmesi

		Boşluk (Analizi)
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	Havayolu	-0,48
	Yer Hizmetleri	-0,51
Güvenilirlik	Havayolu	-0,79
	Yer Hizmetleri	-0,82
Heveslilik/İsteklilik/Yanıt Verebilirlik	Havayolu	-0,15
	Yer Hizmetleri	-0,41
Güvence	Havayolu	-0,54
	Yer Hizmetleri	-0,56
Empati	Havayolu	-0,75
	Yer Hizmetleri	-0,35

Boyutlarda hizmet kapsamı açısından boşluk analizi skorlarına bakıldığında da müşterilerin sunulan hizmetlerden memnun olmadıkları ve algıladıklarının bekledikleri karşılamadığı görülmektedir. Yer hizmetleri hizmet kapsamı; fiziksel özellikler/unsurlar, güvenilirlik, heveslilik/isteklilik/yanıt verebilirlik ve güvence boyutlarında, havayoluna hizmet kapsamı ise empati boyutunda en fazla beklentileri karşılamaktadır.

Çizelge 5.18. Havayolu sorusu bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi

Havayolu Sorusu		Beklenti (B)	Algı (A)	Boşluk (Analizi)	Ortalama
Fiziksel Özellikler	İdeal bir havayolu, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet vermelidir.	4,76	4,27	-0,49	-0,48
	İdeal bir havayolu, modern görünüşlü uçaklara sahip olmalıdır.	4,33	4,13	-0,19	
	İdeal bir havayolunun, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitli olmalıdır.	4,33	3,94	-0,39	
	İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.	4,52	4,42	-0,09	
	İdeal bir havayolu, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film vb. eğlence sistemine sahip olmalıdır.	4,25	3,75	-0,51	
	İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.	4,65	3,67	-0,98	
	İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanıma sahip olmalıdır.	4,8	4,1	-0,69	
Güvenilirlik	İdeal bir havayolu, uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirmelidir.	4,7	3,94	-0,76	-0,79
	İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.	4,82	3,77	-1,05	
	İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.	4,72	4,16	-0,56	
Heveslilik	İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.	4,23	4,15	-0,09	-0,15
	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.	4,47	4,11	-0,36	
	İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.	3,83	3,84	0,01	
Güvence	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven vermelidir.	4,71	4,22	-0,49	-0,54
	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.	4,67	4,27	-0,4	
	İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.	4,71	4,24	-0,48	
	İdeal bir havayolunun, uçuşlarının ertelenme / iptal olasılığı düşük olmalıdır.	4,49	3,75	-0,74	
	İdeal bir havayolunun çağrı hizmeti çalışanları, yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmalıdır.	4,69	4,09	-0,6	
Empati	İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.	4,01	3,99	-0,02	-0,75
	İdeal bir havayolunun uçuş tarifesini, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmelidir.	4,41	3,72	-0,69	
	İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.	4,58	3,39	-1,19	
	İdeal bir havayolunun yolcularına avantaj sağlayan sadakat programları olmalıdır.	4,31	3,88	-0,44	
	İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.	4,53	3,1	-1,43	
	İdeal bir havayolunun web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlı olmalıdır.	4,66	3,91	-0,75	

Fiziksel Özellikler Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Fiziksel özellikler ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,09 ile “İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.” ve -0,19 ile “İdeal bir havayolu, modern görünümlü uçaklara sahip olmalıdır.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,98 ile “İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.” ve -0,69 ile “İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanımına sahip olmalıdır.” olmuştur.

Güvenilirlik Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Güvenilirlik ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,56 ile “İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -1,05 ile “İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.” olmuştur.

Heveslilik Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Heveslilik ile ilgili önermelerden “İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir” pozitif yönlüdür. Bu hizmette müşterilerin beklentileri karşılanmıştır. Diğer hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan diğer hizmet ise; -0,09 ile “İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.” olmuştur.

Güvence Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Güvence ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,40 ile “İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.” ve -0,48 ile “İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,74 ile “İdeal bir havayolunun, uçuşlarının ertelenme / iptal olasılığı düşük olmalıdır.” ve -0,60 ile “İdeal bir havayolunun çağrı hizmeti çalışanları, yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmalıdır.” olmuştur.

Empati Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Empati ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,28 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -1,43 ile “İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.” ve -1,19 ile “İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.” olmuştur.

Çizelge 5.19. Yer hizmeti sorusu bazlı beklenti, algılama ve boşluk skorlarının değerlendirilmesi

Yer Hizmeti Sorusu		Beklenti (B)	Algı (A)	Boşluk (Analizi)	Ortalama
Fiziksel Özellikler	İdeal bir havayolunun, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahat olmalıdır. (Y.H.)	4,65	4,01	-0,64	-0,50
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır. (Y.H.)	4,38	4,25	-0,12	
	İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır. (Y.H.)	4,85	4,1	-0,75	
Güvenilirlik	İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir. (Y.H.)	4,89	3,77	-1,12	-0,70
	İdeal bir havayolu, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir. (Y.H.)	4,81	3,94	-0,88	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi göstermelidir. (Y.H.)	4,67	3,87	-0,8	
	İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır. (Y.H.)	4,52	3,63	-0,89	
	İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir. (Y.H.)	4,69	4,11	-0,58	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirmelidir. (Y.H.)	4,69	4,04	-0,65	
Heveslilik	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir. (Y.H.)	4,5	3,99	-0,51	-0,41
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır. (Y.H.)	4,5	3,96	-0,54	
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler. (Y.H.)	3,89	3,71	-0,18	
Güvence	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven vermelidir. (Y.H.)	4,52	3,99	-0,53	-0,56
	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır. (Y.H.)	4,58	4,06	-0,53	
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır. (Y.H.)	4,67	4,04	-0,63	
Empati	İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerle yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir. (Y.H.)	4,11	3,83	-0,28	-0,35
	İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır. (Y.H.)	4,15	3,72	-0,42	

Fiziksel Özellikler Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Fiziksel özellikler ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,12 ile “İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,75 ile “İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır.” olmuştur.

Güvenilirlik Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Güvenilirlik ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,58 ile “İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir; olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -1,12 ile “İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir.” olmuştur.

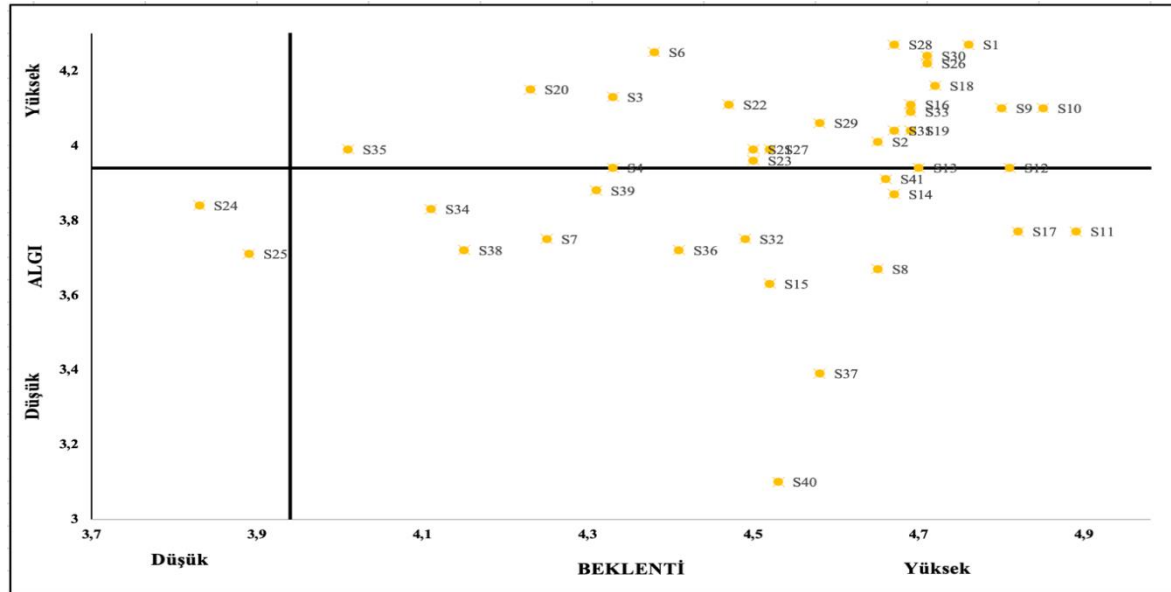
Heveslilik Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Heveslilik ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,18 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler; olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,54 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.” olmuştur.

Güvence Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Güvence ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,53 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,63 ile “İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.” olmuştur.

Empati Boyutu: Elde edilen bulgular incelenmiştir. Empati ile ilgili önermelerin hepsi negatif yönlüdür. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan hizmet; -0,28 ile “İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.” olmuştur. Müşteriler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en az karşılayan hizmet; -0,42 ile “İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır.” olmuştur.

5.11. Quadrant (Çeyrek Daire) Analizi

Araştırmanın bu bölümünde, Servqual yöntemi ile elde edilen algılanan hizmet kalitesi ve beklenen hizmet kalitesi skorları, Şekil’de gösterildiği gibi, ortalama değerlere (beklenti için 4,51; algı için 3,94) göre belirlenen çeyreklere yerleştirilmiş, quadrant grafiği oluşturulmuş ve grafik, analiz edilmiştir.



Şekil 5.1. Quadrant grafiği

Quadrant analizi sonucunda hem beklentileri ve hem de algıları düşük 2 soru bulunmuştur. Bunlar;

- Soru 24: İdeal bir havayolunun, host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.

- Soru 25: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler.

Quadrant analizi sonucunda beklentileri yüksek olup, algıları düşük 17 soru bulunmuştur. Soru 40 ise dikkat çekici düzeyde algısı düşük bulunmuştur. Bunlar;

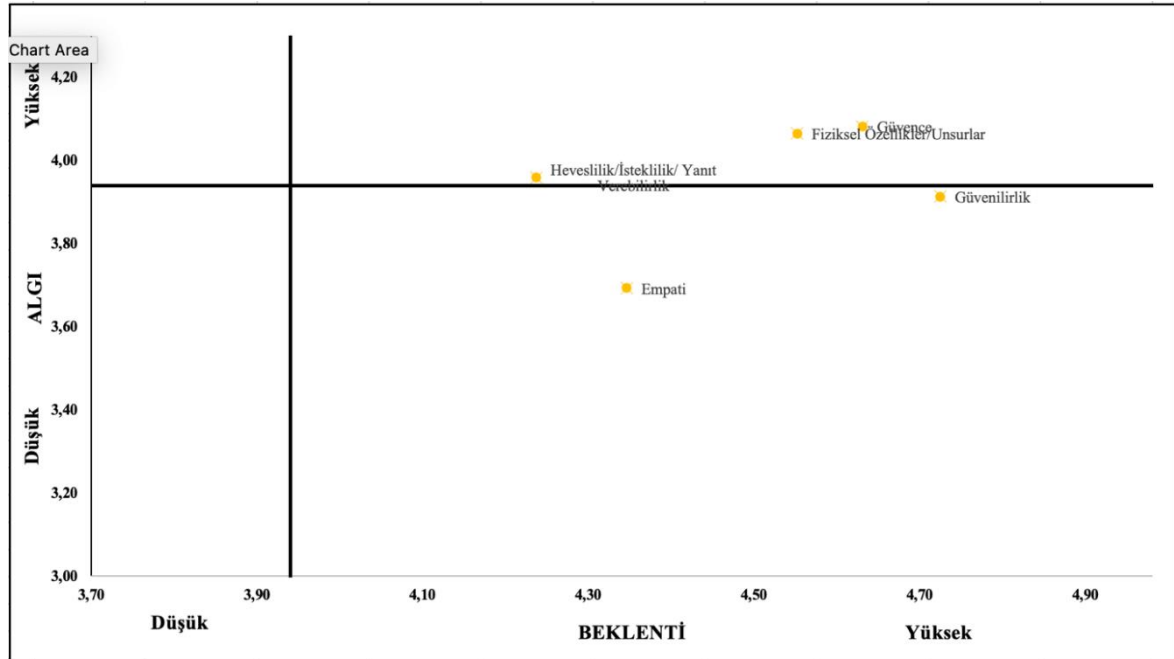
- Soru 4: İdeal bir havayolunun, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitli olmalıdır.
- Soru 7: İdeal bir havayolu, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film vb. eğlence sistemine sahip olmalıdır.
- Soru 8: İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.
- Soru 11: İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir.
- Soru 12: İdeal bir havayolu, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir.
- Soru 13: İdeal bir havayolu, uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirmelidir.
- Soru 14: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi göstermelidir.
- Soru 15: İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır.
- Soru 17: İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.
- Soru 32: İdeal bir havayolunun, uçuşlarının ertelenme / iptal olasılığı düşük olmalıdır.
- Soru 34: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.
- Soru 35: İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.
- Soru 36: İdeal bir havayolunun uçuş tarifi, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmelidir.
- Soru 37: İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.
- Soru 39: İdeal bir havayolunun yolcularına avantaj sağlayan sadakat programları olmalıdır.

- Soru 40: İdeal bir havayolunda, fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.
- Soru 41: İdeal bir havayolunun web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlı olmalıdır.

Quadrant analizi sonucunda hem beklentileri ve hem de algıları yüksek 22 soru bulunmuştur. Bunlar;

- Soru 1: İdeal bir havayolu, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet vermelidir.
- Soru 3: İdeal bir havayolunun, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahat olmalıdır.
- Soru 3: İdeal bir havayolu, modern görünümlü uçaklara sahip olmalıdır.
- Soru 5: İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.
- Soru 6: İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlü olmalıdır.
- Soru 9: İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanımına sahip olmalıdır.
- Soru 10: İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri vb. temiz ve düzenli olmalıdır.
- Soru 16: İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir.
- Soru 18: İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.
- Soru 19: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirmelidir.
- Soru 20: İdeal bir havayolunun, host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.
- Soru 21: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir.
- Soru 22: İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.
- Soru 23: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.

- Soru 26: İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven vermelidir.
- Soru 27: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven vermelidir.
- Soru 28: İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.
- Soru 29: İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.
- Soru 30: İdeal bir havayolunun, host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.
- Soru 31: İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.
- Soru 33: İdeal bir havayolunun çağrı hizmeti çalışanları, yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmalıdır.
- Soru 38: İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır.



Şekil 5.2. Boyut bazında quadrant grafiği

Quadrant analizi sonucunda; beklentilerin yüksek algıların düşük olduğu empati ve güvenirlik boyutları olmuştur. Hem beklentilerin hem de algıların yüksek olduğu fiziksel özellikler/unsurlar, heveslilik/isteklilik/ yanıt verebilirlik ve güvence boyutları olmuştur.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yüzyıl içinde gelişme gösterip büyüyen teknolojik gelişmelerle birlikte ivme kazanan havayolu taşımacılığı yük ve yolcu taşımacılığına hizmet vermektedir. Zaman içinde yaşanan değişimler ve gelişmeler her geçen gün havacılık faaliyetlerinde güncellemeler olmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle havayolu taşımacılığı ve havayolu hizmet anlayışı kavramları son zamanlarda önem kazanmıştır. Bu bağlamda havayolu taşımacılığı sadece bir taşımacılığın ötesinde rekabet unsuru olarak ölçek ekonomilerinde şirketlerin dikkate aldığı bir konu olmaktadır.

Havayolu taşımacılığı bir bütün olarak düşünüldüğüne yolcu hizmetleri, hareket hizmetleri, ramp hizmetleri ve kargo hizmetlerinin havayolu şirketleri tarafından sunulan hizmetler olduğunun yolcu perspektifinde bilinmesinin aksine, bu hizmetlerin sözleşmeli yer hizmeti kuruluşları tarafından gerçekleştirildiği yolcular tarafından bilinen bir durum değildir. Yer hizmetleri, yolcuları terminale giriş yapmasıyla başlayıp varış noktasındaki terminalden ayrılmasına kadar geçen süreçte sözleşmeli tedarikçiler tarafından verilen hizmetler bütünüdür. Bu durum, arka planda büyük bir hizmet sektörünün olduğunu göstermektedir. Ancak yer hizmetlerinin kapsamının çok geniş olması ve burada artan hizmet kalitesi anlayışı işletmeleri sürekli kendini güncellemeye ve yenilikçi politikalarla hareket etmeye zorlamaktadır. Müşteri memnuniyeti rekabet avantajı sağlamada önemli bir kıstas olarak bilinmektedir. Bu yüzden hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Hizmet kalitesinin sürekli iyileştirilmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi birden fazla kritere bağlı olsa da, bütüncül bir bakış açısıyla ele alındığında temel noktası müşteri odaklılıktır. Rekabet stratejilerinin özünde de müşteri, işletmelerin merkezindedir. Bu nedenle memnuniyet müşterinin beklenti ve algısı yönünde şekillenmektedir.

Yolcuların yer hizmetleri süreçlerinde yaşadığı memnuniyetsizlikler veya olumsuz durumlar havayolu şirketlerinin sunduğu hizmetin tamamını etkilemektedir. Bu sebeple yer hizmetleri tarafından sunulan hizmetler, havayolu ulaşımın büyük bir bölümünü kapsadığından ve yolcularla direk iletişim sağlanan süreçler olması nedeniyle havayolu ulaşımında oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmanın 3. bölümde yapılan literatür çalışmasında, havayolu ulaşımının pek çok alanlarında hizmet kalitesi ölçümlerinin yapıldığı, servqual yöntemi de dahil olmak üzere birçok yöntem kullanılarak sonuçların incelendiği tespit edilmiştir. Ancak

spesifik olarak havayolu şirketlerinin sözleşmeli tedarikçisi olan yer hizmeti şirketlerinin sunduğu hizmetlerin havayolu ulaşımı hizmet kalitesine etkisinin yolcu perspektifinden ölçülmesine dair bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada, yer hizmetlerinin havayolu ulaşımı hizmet kalitesine etkisi servqual ve quadrant analiz yöntemleri kullanılarak incelendiğinden literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada yolcuların havayolu ulaşım hizmeti alırken beklentileri ve algıları bağlamında hizmet kalitesi anlayışı ele alınmıştır. Bu bağlamda “X” Hava Yolları ile en az 1 defa iç hat seyahat eden yolculara Servqual modeliyle oluşturulan anket uygulanmıştır. Anket çalışmasına 534 adet yolcu internet üzerinden katılmış ve 432 yolcunun anket sonuçları servqual ve quadrant analize tabi tutulmuştur. Çalışmada ölçeklerin güvenirlik katsayıları, normal dağılım uyup uymadıkları ve birbirileri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. İnceleme sonucunda ölçeklerin normal dağılım gösterdiği ve Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 olduğu ve bu nedenle güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- Sosyo demografik yapı ve kullanım sıklığına göre bulunan anlamlı sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.
- Kadınların fiziksel özellikler, güvenirlik, heveslilik, güvence ve empati boyutlarıyla ilgili beklentilerinin erkeklerden daha fazla olduğu bulunmuştur.
- Havayolu seyahat tecrübesinde sorun yaşayan yolcuların fiziksel özellikler, güvenirlik, heveslilik, güvence ve empati boyutlarındaki algıları sorun yaşamayanlara kıyasla düşük bulunmuştur.
- Yılda bir seyahat edenlerin fiziksel özelliklerle ilgili beklentileri, ayda bir seyahat edenlere göre düşük bulunmuştur. Bununla birlikte ayda bir seyahat edenlerin heveslilikle ilgili beklentileri, yılda bir seyahat edenlere göre düşük bulunmuştur.

Servqual anketi sonrası beklenti ve algı sorularının boşluk analizi, havayolu hizmetleri ve yer hizmetleri olarak ikili değerlendirilmeye tabii tutulmuştur. Sonuçlar Çizelge 6.1’de özetlenmiştir.

Çizelge 6.1’de görüldüğü üzere incelenen 5 boyutun 2 tanesinde yer hizmetlerinin belirgin etkisi görülmektedir. Yer hizmetleri, heveslilik/isteklilik/yanıt verebilirlik boyutunda hizmet kalitesini düşürürken empati boyutunda artırmaktadır.

Çizelge 6.1. Boyutlarda boşluk skorlarının yorumlanması

		Boşluk	Yorum
Fiziksel Özellikler/Unsurlar	Havayolu	-0,48	Hizmet kaliteleri birbirine yakın
	Yer Hizmetleri	-0,51	
Güvenilirlik	Havayolu	-0,79	Hizmet kaliteleri birbirine yakın
	Yer Hizmetleri	-0,82	
Heveslilik/İsteklilik/ Yanıt Verebilirlik	Havayolu	-0,15	<i>Yer hizmetleri hizmet kalitesini düşürüyor</i>
	Yer Hizmetleri	-0,41	
Güvence	Havayolu	-0,54	Hizmet kaliteleri birbirine yakın
	Yer Hizmetleri	-0,56	
Empati	Havayolu	-0,75	<i>Yer hizmetleri hizmet kalitesini yükseltiyor</i>
	Yer Hizmetleri	-0,35	

Önermeler bazında incelendiğinde yer hizmetleri kalitesinin en düşük olduğu beş önerme;

- Havayolunun yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmesi
- Havayolunun varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olması
- Havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmesi
- Havayolunun uçak koltuklarının, uçak içi tuvaletlerinin vb. temiz ve düzenli olması
- Havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olması olarak sıralanmaktadır.

Yukarıdaki alanlarda yapılacak öncelikli iyileştirmelerin, havayolunun hizmet kalitesini artıracakları öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abdullah, K., Abd.Manaf, N. H., Mohd. and Noorc, K. (2007). Measuring the service quality of airline services in Malaysia. *IIUM Journal of Economics and Management*, 15(1), 1-29.
- Akpur, A. (2017). *Düşük maliyetli havayolu şirketlerinde kabin hizmetleri kalite algısı ve bir uygulama örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Akpur, A., Zengin, B. (2019). İç ve dış müşteriler açısından kabin hizmetleri kalite algısını ölçmeye yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. *ÇOMÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 29-50.
- Alkhatiba, S. F., Migdadib, Y. K. (2018). Operational determinants of airline service quality: worldwide cross-regional analysis. *Quality Management Journal*, 25(4), 186-200.
- Altinkurt, T. (2015). *Ayırt edici hizmetler ve hizmet kalitesinin işletme performansına etkisi: havacılık sektöründe bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane.
- Alotaibi, M. M. (2015). *Evaluation of "airqual" scale for measuring airline service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty*. PhD Thesis, Cranfield University School of Aerospace Transport And Manufacturing Cranfield, Great Britain.
- Anlı, N. (2019). *Havayolu işletmesinde hizmet kalitesi ölçümü*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, M. (2007). *Havayolu işletmelerinde müşteri değeri ve iç hatlarda hizmet sunan havayolu işletmelerinde müşteri değerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ataman, G., Behram, N. K., ve Eşgi, S. (2011). İş amaçlı havayolu pazarında hizmet kalitesinin servqual modeli ile ölçülmesi ve Türk Hava Yolları 'business class' yolcuları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26) , 73-87.
- Aydın, K., Yıldırım, S. (2012). Service quality in airline businesses: a research on Thy. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(24), 35-49
- Aydın, K., Yıldırım, S. (2012). The measurement of service quality with servqual for different domestic airline firms in Turkey. *Serbian Journal of Management*, 7(2), 219-230.
- Bahar, E. (2017). *Havayolu çalışanlarının yer hizmetleri yönetimine yönelik hizmet kalite algısının müşteri tatminine ve müşteri sadakatine etkisi: bir alan araştırması*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Baker, D. M. (2013). Service quality and customer satisfaction in the airline industry: a comparison between legacy airlines and low-cost airlines. *American Journal of Tourism Research*, 8(2), 67-77.
- Bakır, M. (2017). *Havayolu işletmelerinde e-hizmet kalitesinin değerlendirilmesine yönelik bütünlük bir yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Banerjee, N., Singh, R. P. (2013). An empirical study on measuring service quality in public and private airline in India. *International Conference for Research in Marketing*, 1-13.
- Barnes, J. (2017). *Measuring service quality in the low-cost airline industry*. PhD Thesis, University of Stirling, Stirling Management School, Scotland.
- Bozorgi, M. M. (2006). *Measuring service quality in the airline using servqual model- case of IAA*. Master Thesis, Laule University Of Technology, Department Of Business Administration And Social Sciences, Sweden.
- Chen, C.-F. (2008). Investigating structural relationships between service quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for air passengers evidence from Taiwan. *Transportation Research Part A*, 42(4), 709-717.
- Chen, F. Y., Chang, Y. H. (2005). Examining airline service quality from a process perspective. *Journal of Air Transport Management*, 11(2), 79-87.
- Clemes, M. D., Gan, C., Kao, T. H. and Choong, M. (2008). An empirical analysis of customer satisfaction in international air travel. *Innovative Marketing*, 4(2), 49-62.
- Çelikkol, S. E., Uçkun, G. C., Tekin, N. V., ve Çelikkol, Ş. (2012). Türkiye’de iç hatlardaki havayolu taşımacılığında müşteri tercihi ve memnuniyetini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 70-81.
- Dilek, S., Satı, Z. E. (2016). Havayolu bagaj hizmet kalitesi iyileştirmeleri ve yolcu memnuniyeti etkileri. *Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, (44), 0-0.
- Demirel, A. (2020). Yurt içi uçuş yapan havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi konusunda bir karma yöntem çalışması. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 3(1), 32-52.
- Devebakan, N. ve diğerleri (2003). Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünde lisansüstü eğitim kalitesinin artırılması kapsamında öğrencilerin eğitime ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 30-44.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Müsteşarlığı. (2005). 9. Kalkınma Planı, Havayolu Ulaşımı Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara, 1.
- Diksu, S. (2018). *Marka Değeri ile Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Havacılık Sektöründe Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Doğan, Y. (2020). *Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi: Havalimanı İşletmesinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dursun, M. E. (2008). *Havayolu İşletmelerinde Uçuş Öncesi, Uçuş Esnası ve Uçuş Sonrasında Sunulan Hizmetlerin Kalitesinin Ölçülmesi: İç Hatlarda Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Erhan A., Savaşçı, İ., Aracıoğlu, B., Ventura, V., ve Kazançoğlu, Y. (2005). Havayolu ve karayolu taşımacılığında algılanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesi. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 20(228), 42-53.
- Eleren, A., Bektaş, Ç., ve Görmüş, A. Ş. (2007). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesi ve hazır yemek işletmesinde bir uygulama. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 44 (514), 75-88.
- Erel, C. (2014). Kyoto protokolü ışığında havacılık çevre etkileri ve önlemleri. *İstanbul Teknik Üniversitesi Vakfı Yayını*, (65), 42-45.
- Ersöz, S., Pınarbaşı, M., Türker, A. K., ve Yüzükırmızı, M. (2009). Hizmet kalitesinin servqual metodu ile ölçümü ve sonuçların yapısal eşitlik modelleri ile analizi: öğretmen evi uygulaması”. *Int. J. Eng. Research & Development*, 1(1), 19-27.
- Eski, S. Tasus, H. S. (2018). Havaalanlarında sunulan yer hizmetlerinin Avrupa ekonomisine etkisi: Türkiye, Almanya ve İngiltere uygulamaları. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 56-83.
- Farooqa, M. S., Salamb, M., Fayolle, A., Jaafard, N., and Ayuppd, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: APLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67(C), 169-180.
- Gerede, E. (2006, Mayıs). *Sivil Havacılık Faaliyetlerin Sınıflandırılması ve Türkiye’de Hava Taşımacılığı Faaliyetlerinin Tanımlanmasına İlişkin Sorunlar*. Kayseri VI. Havacılık Sempozyumunda sunuldu, Kayseri, 197-203.
- Gerede, E. (2015). *Havayolu taşımacılığında küreselleşme ve havayolu iş birlikleri Thy Ao’da bir uygulama*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 165.
- Gilbert, D., Wong, R. K. (2003). Passenger expectations and airline services: a hong kong based study. *Tourism Management*, 24(2003), 519-532.
- Gosling, G. D. (1990). Design of an expert system for aircraft gate assignment. *Transportation Research Part A: General*, 24(1), 59-69.
- Gures, N., Arslan, S. and Tun, S. Y. (2014). Customer expectation, satisfaction and loyalty relationship in turkish airline Industry. *International Journal of Marketing Studies*, 5(1), 66-74.

Gürses, F. (2006). *Havayolu İşletmeciliğinde Müşteri Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Yerli Yolculara Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Hacıfendioğlu, Ş., Koç, Ü. (2009). Hizmet kalitesi algılamalarının müşteri bağlılığına etkisi ve fast-food sektöründe bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(18), 146-167.

Hasan, M., Khan, M. N., ve Farooqi, R. (2019). Service quality measurement models: comparative analysis and application in airlines industry. *Global Journal of Enterprise Information Barghi*, 2(2), 30-41.

Hernon, P. Altman, E. (1998). *Assessing service quality: Satisfying the expectations of library customers*. Chicago: American Library Association.

Ho, C. W., Wub, C. C. (2019). Using job design to motivate employees to improve high-quality service in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 77(2019), 17-23.

Hatipoğlu, S., Işık, E. S. (2015). Havayolu ulaşımında hizmet kalitesinin ölçümü: iç hatlarda pilot uygulama. *KSU Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 293-312.

İbik, Ö. A. (2006). *Rekabet Ortamında Hizmet Kalitesinin Önemi ve Bir Havayolu İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Gerçekleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli.

İnternet: ICAO. (2016). Economic Development. Web: http://www.icao.int/sustainability/Documents/TRAF/BusinessAviation_brochure.pdf, Son Erişim Tarihi: 10.02.2023.

İnternet: Wikipedia internet ansiklopedisi, Havacılık tarihçesi. Web: tr.wikipedia.org, Son Erişim Tarihi: 22.02.2023.

İnternet: Türk Hava Yolları (THY), (2016). Web: https://investor.turkishairlines.com/documents/ThyInvestorRelations/download/THY2015TR/assets/files/THY2015_YILLIKRAPOR_TR.pdf, Son Erişim Tarihi: 15.05.2023.

İnternet: Bowers, A. Hansen, J. Martin, C. (t.y). Gliding experiments of the wright brothers the wrights and flight research 1899-1908. NASA Dryden Flight Research Center Scott Post, Bradley University (çevrimiçi). Web: https://www.academia.edu/3307602/Wright_Brothers, Son Erişim Tarihi: 15 Ocak 2023.

İnternet: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM), (2013). Web: <http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri>, Son Erişim Tarihi: 10 Nisan 2023.

İnternet: Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), Web: <https://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2018-02-22-01.aspx>, Son Erişim Tarihi: 10 Nisan 2023.

- İnternet: Uluslararası Sivil Havacılık Teşkilatı (ICAO). Web: <https://www.icao.int/about-icao/History/Pages/Milestones-in-International-Civil-Aviation.aspx>, Son Erişim Tarihi: 13 Nisan 2023.
- İnternet: Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), Web: <https://www.iata.org/about/Pages/history.aspx>, Son Erişim Tarihi: 13 Nisan 2023.
- İnternet: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM). Web: <http://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--tarihce>, Son Erişim Tarihi: 10 Ocak 2023.
- İnternet: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) <https://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/4547-istatistikler>, Son Erişim tarihi: 10.06.2023
- İnternet: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM), (2016). Web: https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/yayinlar/Gozetim_ve_Yonetim_Hizmeti_Kitabi.pdf, Son Erişim Tarihi 13 Nisan 2023.
- İnternet: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM), (2015). Web: <https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/yayinlar/RAMPBaski.pdf>, Son Erişim Tarihi 13 Nisan 2023.
- İnternet: Havaş, Yük Kontrol, Haberleşme ve Uçuş Operasyon Hizmetleri. Web: www.havas.net.tr/Hizmetlerimiz/YerHizmetleri/Pages/YukKontrolHaberlesmeVeUcusOperasyonHizmetleri.aspx, Son Erişim Tarihi: 15 Haziran 2023.
- Jiang, H., Baxter, G. S., and Wild, G. (2017). A study of china's major domestic airlines' service quality at shanghai's hongqiao and pudong international airports. *Aviation*, 21(4), 143-154.
- Kahraman, E. (2016). *Yolcuların Hava Yolu Hizmetlerinden Memnuniyet Düzeyleri Ve Hizmet Kalitesi Algısı*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalembe, N., Campa-Planas, F. (2015). How quality is measured in the air transportation industry. *Tosee*, 3, 115-127.
- Karahasan, A. K. (2020). *Havacılık Sektöründe Müşteri Hizmetleri Değerlendirmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Karaahmetoğlu, H. (2008), *Havayolu İşletmelerinin Hizmet Kalitesi Açısından Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karaarslan, E. (2014). *Havayolu Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma: Kabin Hizmetlerinin Müşteri Tercihlerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karatay, E., Şahin, M., Yalçın, P., ve Kırtılığlu, Y. (2014). Sivil havacılık sektörünün ulusal ve uluslararası düzeyde incelenmesi. 7. Üniversite Sanayi İşbirliği Merkezleri Platformu Kongresi (ÜSİMP)-Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 1-3.

- Kaya, E. (2000). *Havaalanlarında fiyatlandırma açısından muhasebe bilgi sistemi*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kazançoğlu, İ. (2011). Havayolu firmalarında müşteri sadakatinin yaratılmasında kurum imajının ve algılanan hizmet kalitesinin etkisi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(21), 130-158.
- Kelly, F. C. (1943). *The wright brothers*. (1.Baskı) New York: Ballantine Books Inc, 215.
- Khatib, F. S. (1998). *An investigation of airline service quality, passenger satisfaction and loyalty: the case of royal jordanian airline*. PhD Thesis, Sheffield University Management School, Great Britain.
- Kline, R. B. (2011), *Principles and practice of structural equation modelling*. (3. Baskı), NY: Guilford Press.
- Korkmaz, H., Giritlioğlu, İ., ve Avcıkurt, C. (2015). Havayolları iç hatlarda algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma davranışına etkisi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 249-265.
- Korul, V. (2005). Guide to the implementation of ISO 14001 at airports. *Journal of Air Transportation*, 10(2), 49-68.
- Kotler, R. (1991). *Principles of Marketing*, (5. Baskı). New Jersey: Prentice Hall, 455
- Kuyucak, F., Şengür, Y. (2009). Değer Zinciri Analizi:. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2009(1) , 132-147.
- Küçük Çırpın, B., Kurt, D. (2012). Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesi ölçümü. *Journal Of Transportation And Logistics*, 1(1), 83-98.
- Lee A. M., Longton P.A. (1959). Queueing Processes Associated with Airline Passenger Check-In. *Operational Research Quarterly*, 10(1), 56-71.
- Lim, J., Lee, H. C. (2020). Comparisons of service quality perceptions between full service carriers and low cost carriers in airline travel. *Current Issues In Tourism*, 23(10), 1261-1276.
- Lu, J. L., Ling, F. L. (2008). Cross-cultural perspectives regarding service quality and satisfactionin chinese cross-strait airlines. *Journal of Air Transport Management*, 4(1), 16-19.
- Lin, Hung-Tso, (2010). Fuzzy aplication in service quality analysis: an empirical study. *Expert Systems With Applications*, 37(2010), 517-526.
- Liou, James J. H., Chao-Che Hsu, Wen-Chien Yeh, and Rong-Ho Lin (2011). Using a Modified Grey Relation Method for Improving Airline Service Quality. *Tourism Management*, 32(6), 1381-1388.
- Liou, J., (2009). A novel decision rules approach for customer relationship management of the airline market, *Air Transportation*, 36(3), 4374-4381.

- Lovelock, C. (2000). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*.(4. Baskı). New Jersey: Prentice Hall, 3.
- Min, H., Min, H. (2015). Benchmarking the service quality of airlines in the united states: an exploratory analysis. *Benchmarking: An International Journal*, 22(5), 734-751.
- Murat, G., Çelik, N. (2007). Analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile otel işletmelerinde hizmet kalitesini değerlendirme: Bartın örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-20.
- Mutlu, S., Ermeç Sertoğlu, A. (2018). Düşük maliyetli ve tam hizmet sunan havayolları müşterilerinin hizmet kalitesi beklentilerinin karşılaştırılması. *Journal of Business Research - Turk*, 10(1), 528-550
- Nadiri, H., Hussain, K., Ekiz, E. H., and Erdoğan, Ş. (2008). An investigation on the factors influencing passengers' loyalty in the north cyprus national airline. *The Tqm Journal*, 20(3), 265-280.
- Okumuş, A., Duygun, A. (2008). Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü ve algılanan hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 17-38.
- Okumuş, A., Asil, H. (2007). Havayolu taşımacılığında yerli ve yabancı yolcuların memnuniyet düzeylerine göre beklentilerinin incelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 152-175.
- Örs, H. (2007). *Hizmet pazarlama etkinliği ve kalite*. (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi. (4-19)
- Özdemir, E. (2016). *Havayolu Yolcu ve Bagaj Kabul Bölümünün Analizi Ve Hizmet Kalitesi Algısına Etki Eden Faktörlerin Araştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özkul, E., Bozkurt, M. (2006). Hizmet işletmelerinde müşteri memnuniyeti ve müşteri şikayetleri yönetimi hakkında teorik bir değerlendirme. *EKEV Akademi Dergisi*, 10 (29), 323-336.
- Öztürk, D., Onurlubaş, E. (2019). Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesinin ahp ve topsis yöntemleri ile değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(93), 81-97.
- Öztürk, S. A. (1998). *Hizmet pazarlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1028, İşletme Fakültesi Yayınları No:3, 9-137
- Pakdil, F., Aydın, Ö. (2007). Expectations and perceptions in airline services: an analysis using weighted servqual scores. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 229-237.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L. (1985) A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Park, J. W. (2007). Passenger perceptions of service quality: Korean and australian case studies. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 238-242.

- Pekkaya, M., Akıllı, F. (2013). Havayolu hizmet kalitesinin servperf-servqual ölçeği ile değerlendirmesi ve istatistiksel analizi. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(9), 75-96.
- Porter, M. E., Millar, V. E. (1985). How information gives you competitive advantage. *Harvard Business Review*, 63(4), 149-161.
- Rezaei, J., Kothadiya, O., Tavasszy, L., and Kroesen, M. (2018). Quality assessment of airline baggage handling systems using servqual and BWM. *Tourism Management*, 66, 85-93.
- Robledo, M. A. (2001). Measuring and managing service quality: integrating customer expectations. *Managing Service Quality*, 11(1), 22-31.
- Saha, G. C. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions a study of low-cost airline carriers in thailand. *Managing Service Quality*, 9(4), 350-372.
- Saldıraner, Y. (2011). Dünya'da ve Türkiye'de sivil havacılık faaliyetleri gelişimi. *Atılım Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksekokulu*. Ankara, 1-26.
- Sandada, M., Matibiri, B. (2016). An investigation into the impact of service quality, frequent flier programs and safety perception on satisfaction and customer loyalty in the airline industry in southern Africa. *South East European Journal Of Economics And Business*, 41-53.
- Shanka, M. S. (2012). Measuring service quality in ethiopian airlines. *Journal of Educational and Social Research*, 2(9), 173-180.
- Singh, A. K. (2016). Competitive service quality benchmarking in airline industry using ahp. *Benchmarking: An International*, 23(4), 768-791.
- SHT- YHT. (2017). Havalimanları yer hizmet türleri ve detayları talimatı, Ankara.
- Suki, N. M. (2014). Passenger Satisfaction with airline service quality in malaysia: a structural equation modeling approach. *Research in Transportation Business & Management*, 10(2014), 26-32.
- Sultan, F., Simpson, M. C. (2000). International service variants airline passenger expectations and perceptions of service quality. *Journal Of Services Marketing*, 8(2), 188-216.
- Suresh, S., Balachandran, T. G., and Sendilvelan, S. (2017). Empirical investigation of airline service quality and passenger satisfaction in India. *International Journal Of Performability Engineering*, 13(2), 109-118.
- Şeleci, U. (2018). *Türk Havacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şener, A. A. (2017). *Hizmet Kalitesi ve Rekabet Stratejileri Arasındaki İlişkinin Analizi: Türk Sivil Havacılık İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Şentürk, Z. (2011). *Havayolları Hizmet Kalitesinin Ahs Metoduyla Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Tağraf, H. (2002). Küreselleşme süreci ve çok uluslu işletmelerin küreselleşme sürecine etkisi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 33-47.
- Taşlıgil, N. (2010). Türkiye'nin ulaşım coğrafyası. (2. Baskı) İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Tavakol, M., Dennick, R. (2011) Making sense of cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 27(2), 53-5.
- Tolpa, E. (2012). *Measuring customer expectations of service quality: case airline industry*, Yüksek Lisans Tezi, Aalto University Department Of Information And Service Economy, Finland.
- Toprak, S. B. (2019). *Düşük Maliyetli Havayolu Şirketlerinde Web Sitesi Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Usta, R., Memiş, L. (2010). Belediye hizmetlerinde kalite: giresun belediyesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 333-355.
- Verbraeck, A., Valentin, E. (2002). Transportation applications of simulation: Simulation building blocks for airport terminal modeling. *Proceedings of the 2002 Winter Simulation Conference*, 1199-1206.
- Vural, O. (2001). *Türkiye sivil havacılık endüstrisi: ekonomik ve yapısal analiz konferansı* (Yayınlanmamış Konferans Kitapçığı), İstanbul, 1-4.
- Wang, T. C., Pham, Y. (2020). An application of cluster analysis method to determine vietnam airlines' ground handling service quality benchmarks. *Journal Of Advanced Transportation*, 1-13.
- Wells, A., T. (1999). *Air Transportation: A Management Perspective*. (4. Baskı) Belmont: Wadsworth Publishing Company, 303.
- Woo, M. (2019). Assessing customer citizenship behaviors in the airline industry: investigation of service quality and value. *Journal Of Air Transport Management*, 76(2019), 40-47.
- Yaşar, M., Özdemir, E. (2016). *Türkiye'de yer hizmetleri işletmelerindeki hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesi*. The 3 82 Rd International Aviation Management Conference, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ankara, 71-82.
- Yıldız, B., Çiğdem, Ş. (2018). Havayolu hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin yapısal eşitlik modeli ile analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 235-254.
- Yıldız, O., Erdil, T. S. (2013). Türkiye havayolu yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesinin karşılaştırmalı ölçülmesi. *Öneri Dergisi*, 10(39), 89-100.

- Yıldız, S. M. (2009). Katılıma dayalı spor hizmetlerinde hizmet kalitesi Modelleri. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4), 1213-1224.
- Yılmaz V., Çelik H. E. ve Depren B. (2007). Devlet ve özel sektör bankalarındaki hizmet kalitesinin karşılaştırılması: eskişehir örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (2), 234-248.
- Yüksel, H. (2014). Sivil havacılığın gelişimi ve küreselleşme sürecine katkıları: Türkiye örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5 (11), 1-20.

EKLER

EK-1. Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Trafik Planlaması ve Uygulaması Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrencisi Yaşar KEPTİ (Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Seda HATİPOĞLU) tarafından yürütülen “Yer Hizmetlerinin Havayolu Ulaşımı Hizmet Kalitesine Etkisinin Servqual Yöntemiyle Ölçümü” konulu tez çalışması kapsamındadır. Bu çalışmada, yer hizmetlerinin havayolu ulaşımı hizmet kalitesine etkisinin ölçümü amaçlanmıştır. Sizden beklenen her bir ifadeyi dikkatle okuyarak, katılma durumunuzu en iyi yansıtan seçeneği işaretlemenizdir. Toplanan veriler yalnızca araştırma amaçları doğrultusunda kullanılacaktır.

Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir aşamada çalışmadan ayrılma hakkına da sahipsiniz. Bu size hiçbir sorumluluk getirmeyecektir. Çalışma sırasında ya da sonrasında kendinizi böyle bir çalışmaya katılmış olmaktan dolayı rahatsız hissederseniz ya da çalışma hakkında daha fazla bilgi almak isterseniz araştırmacıya (ykepti@hotmail.com) ulaşabilirsiniz.

☐ Açıklamayı okudum, anladım. Gönüllü olarak çalışmaya katılmayı kabul ediyorum

BÖLÜM A:

1. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek
2. Yaşınız: () 18-25 () 26-35
() 36-45 () 46-55
() 56-64 () 65 ve üstü
3. Medeni Hal: () Evli () Bekar
4. Eğitim Durumunuz: () İlköğretim
() Lise
() Ön Lisans
() Lisans
() Lisans Üstü
5. Çalıştığınız Sektör: () Özel Sektör
() Kamu
6. Aylık Gelir Düzeyiniz: () 5000 TL ve altı
() 5001-8000 TL arası
() 8001-1000 TL arası
() 10001-15000 TL arası
() 15001 TL ve üstü

EK-1. (devam) Anket Formu

7. Covid-19 Pandemi Öncesi Dahil Yurt İçi Uçuş Sıklığınız: () İlk Defa
 () Haftada Bir
 () Ayda Bir
 () Üç Ayda Bir
 () Altı Ayda Bir
 () Yılda Bir
 () Diğer
8. En Sık Kullandığınız Uçuş Sınıfınız:() Ekonomi () Business
9. En Sık Uçuş Nedeniniz () İş
 () Tatil
 () Ziyaret
 () Diğer
10. Miles & Miles Üyeliğiniz: () Yok
 () Classic
 () Classic Plus
 () Elite
 () Elite Plus
11. Bugüne kadar yurt içi uçuşunuzda herhangi bir sorun yaşadınız mı? () Evet
 () Hayır

EK-1. (devam) Anket Formu**BÖLÜM B:**

İdeal bir havayolu işletmesinden beklentilerinizi dikkate alarak önem derecesine göre sizin için en uygun ifadeye (X) veya (✓) işareti koyunuz.

	Çok Önemli	Önemli	Ne Önemli Ne Önemli	Önemsiz	Çok Önemsiz
İdeal bir havayolu, rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet vermelidir.					
İdeal bir havayolunun, uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahat olmalıdır.					
İdeal bir havayolu, modern görünüşlü uçaklara sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun, uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitli olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli personellerinin üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünüşlü olmalıdır.					
İdeal bir havayolu, uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film, vb. eğlence sistemine sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun, uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniş olmalıdır.					
İdeal bir havayolu, engelli, yaşlı, çocuklu, hamile, vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanıma sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri, vb. temiz ve düzenli olmalıdır.					
İdeal bir havayolu, yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim etmelidir.					
İdeal bir havayolu check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirmelidir.					
İdeal bir havayolu uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirmelidir.					
İdeal bir havayolunun, check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli personelleri yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi göstermelidir.					
İdeal bir havayolunun, varış meydanında bagaj teslim süresi kısa olmalıdır.					
İdeal bir havayolu, check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet vermelidir.					
İdeal bir havayolu, geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolu, uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirmelidir.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirmelidir.					
İdeal bir havayolunun host/hostesleri yolculara hızlı hizmet vermelidir.					

EK-1. (devam) Anket Formu

İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet vermelidir.					
İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara her zaman yardım etme isteği içinde olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun host/hostesleri, başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidir.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap vermelidirler.					
İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven vermelidir.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven vermelidir.					
İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılı olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun uçuşlarının ertelenme/iptal olasılığı düşük olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun çağrı hizmeti çalışanları, yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahip olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.					
İdeal bir havayolunun host/hostesleri, uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenmelidir.					
İdeal bir havayolunun uçuş tarifesi, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmelidir.					
İdeal bir havayolu, yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.					
İdeal bir havayolunun check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlamalıdır.					
İdeal bir havayolunun yolcularına avantaj sağlayan sadakat programları olmalıdır.					
İdeal bir havayolunda fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyede olmalıdır.					
İdeal bir havayolunun web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlı olmalıdır.					

EK-1. (devam) Anket Formu**BÖLÜM C:**

Önceki deneyimlerinize dayanarak “X” HAVA YOLLARI işletmesinden aldığınız iç hat/yurt içi hizmeti değerlendiriniz ve sizin için en uygun ifadeye (X) veya (✓) işareti koyunuz.

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Rezervasyon ve bilet satış sisteminde modern teknoloji kullanarak hizmet verir.					
Uçak-terminal-uçak arası taşıma hizmeti sağlayan otobüsleri temiz, düzenli ve rahattır.					
Modern görünümlü uçaklara sahiptir.					
Uçuş sırasında uçakta servis edilen yiyecek ve içecekleri kaliteli ve çeşitlidir.					
Host/hostes ve pilotlarının üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlüdür.					
Check-in, boarding, uçak yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli personellerinin üniformaları uygun, temiz ve düzgün görünümlüdür.					
Uçuş boyunca vakit geçirmek için yolculara sunulan internet, kitap, dergi, film, vb. eğlence sistemine sahiptir.					
Uçak koltukları rahat ve koltuk aralıkları geniştir.					
Engelli, yaşlı, çocuklu, hamile, vb. yolcuların gereksinimlerini karşılayacak ekipman ve donanımına sahiptir.					
Uçak koltukları, uçak içi tuvaletleri, vb. temiz ve düzenlidir.					
Yolcuların bagajlarını zamanında, eksiksiz ve hasarsız teslim eder.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslimini taahhüt ettiği zamanda yerine getirir.					
Uçuş tarifesine uygun iniş ve kalkış gerçekleştirir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcunun problemini çözmek için samimi ilgi gösterir.					
Variş meydanında bagaj teslim süresi kısadır.					
Check-in bankosunda düzgün ve tam hizmet verilir.					
Geciken/kaybolan/zarar gören bagaj için yolcular lehine çözümler getiren prosedürlere sahiptir.					
Uçuş boyunca yolcularını doğru bilgilendirir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuları doğru bilgilendirir.					
Host/hostes ve pilotları yolculara hızlı hizmet verir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara hızlı hizmet verir.					
Host/hostes ve pilotları, yolculara her zaman yardım etme isteği içindedir.					

EK-1. (devam) Anket Formu

Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara her zaman yardım etme isteği içindedir.					
Host/hostesleri başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap verir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları başka bir işle meşgul olsalar dahi yolcuların isteklerine cevap verir.					
Host/hostes ve pilotlarının davranışları, yolculara güven verir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanlarının davranışları yolculara güven verir.					
Host/hostes ve pilotları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılıdır.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolculara karşı her zaman nazik ve saygılıdır.					
Host/hostes ve pilotları yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahiptir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolcuların sorularına cevap verebilecek eğitim, bilgi ve beceriye sahiptir.					
Uçuşlarının ertelenme/iptal olasılığı düşüktür.					
Çağrı hizmeti çalışanları yolculara karşı nazik, saygılı ve yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgiye sahiptir.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları, yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenir.					
Host/hostesleri uçuş boyunca yolculara verdikleri hizmetlerde yolcularla kişisel olarak ilgilenir.					
Uçuş tarifesi, yolcuların talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenir.					
Yolcuların en ekonomik fiyat tarifeleriyle uçabilmeleri için gerekli düzenlemeleri yapar.					
Check-in, boarding, bağlantılı uçuş yönlendirme ve bagaj teslim bantlarında görevli çalışanları yolcuların özel istek ve ihtiyaçlarını anlar.					
Yolcularına avantaj sağlayan üyelik programları vardır.					
Fazla bagaj için alınan ücretler makul seviyededir.					
Web sitesi ve telefon uygulamasından alınan hizmetler, yolcuların beklentisine uygun ve kolay kullanımlıdır.					

Teşekkürler.



Gazili olmak ayrıcalıktır