

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME ENSTİTÜSÜ**

**COVID- 19 PANDEMİ SÜRECİNDE TÜRKİYE’DE
HAVACILIK SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ
MEMNUNİYETİ VE HİZMET KALİTESİ
ALGILARININ ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Abidin Umut ÜNLÜLER

Enstitü Anabilim Dalı : İşletme

Enstitü Bilim Dalı : Üretim Yönetimi ve Pazarlama

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Semih OKUTAN

ARALIK-2021

Abidin Umut ÜNLÜLER tarafından hazırlanan “Covid-19 Pandemi Sürecinde Türkiye’de Havacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Algılarının Analizi” başlıklı bu tez, 27/12/2021 tarihinde Sakarya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yapılan Tez Savunma Sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Semih OKUTAN
Sakarya Üniversitesi

Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Sima NART
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Abdülkadir ÖZTÜRK
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

 SAKARYA ÜNİVERSİTESİ	T.C. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İŞLETME ENSTİTÜSÜ TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU	Sayfa : 1/1
Öğrencinin		
Adı Soyadı	: Abidin Umut ÜNLÜLER	
Öğrenci Numarası	: Y189004005	
Enstitü Anabilim Dalı	: İşletme	
Enstitü Bilim Dalı	: Üretim Yönetimi ve Pazarlama	
Programı	: ☒ YÜKSEK LİSANS ☐ DOKTORA	
Tezin Başlığı	: "Covid-19 Pandemi Sürecinde Türkiye'de Havacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Algılarının Analizi"	
Benzerlik Oranı	: % 9	
İŞLETME ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,		
☒ Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir ihtihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim. /...../20..... İmza		
☐ Sakarya Üniversitesi Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere gsbttez@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir. Bilgilerinize arz ederim. /...../20..... İmza		
Uygundur		
Danışman Unvanı / Adı-Soyadı: Tarih: İmza:		
☐ KABUL EDİLMİŞTİR ☐ REDDEDİLMİŞTİR EYK Tarih ve No:	Enstitü Birim Sorumlusu Onayı	

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ	iv
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET.....	vii
ABSTRACT.....	viii
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: HİZMETLER VE HİZMET KALİTESİ	4
1.1.Hizmet Kavramı	4
1.2.Hizmet Sektörü ve İstihdam.....	7
1.3.Hizmet Sektörü ve GSYH.....	8
1.4.Hizmet Sektörü ve Ticaret	8
1.5. Hizmet Kalitesi.....	9
1.5.1. Kalite Kavramı	10
1.5.2. Hizmet Kalitesi Boyutları	11
1.6.Hizmet Pazarlaması.....	12
1.7.Tüketici Kavramı	14
BÖLÜM 2: HAVACILIK SEKTÖRÜ VE COVID-19	16
2.1. Havacılık	16
2.1.1. Havacılık Sektöründe Tüketici Kavramı ve Beklentileri.....	16
2.1.2. Havayolu Talebini Etkileyen Faktörler.....	17
2.1.1.1. Demografik Faktörler.....	17
2.1.1.2. Coğrafi Faktörler.....	17
2.1.1.3. Ekonomik Faktörler	18
2.1.1.4. Sosyo-Kültürel Faktörler.....	18
2.1.1.5. Psikolojik Faktörler.....	18
2.1.3. Havacılık Sektöründe Verilen Hizmetler	18
2.1.4. Havayolu Hizmetlerinde Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler.....	19
2.2. COVID-19.....	20
2.2.1. Kara Veba Salgını	21
2.2.2. Kolera.....	22

2.2.3. İspanyol Gribi	22
2.2.4. Hong Kong Gribi	22
2.2.5. Çiçek Hastalığı.....	22
2.2.6. Domuz Gribi	22
2.2.7. Kuş Gribi.....	23
2.2.8. HIV/AIDS	23
2.3. COVID-19' un Türkiye'de Havacılık Sektörüne Etkileri	23
2.4. COVID-19' un Dünya'da Havacılık Sektörüne Etkileri	25
2.4.1. 2020 yılı sonuçları ve 2021 görünümü: Dünya toplam yolcu trafiği	28
2.4.2. 2020 yılı sonuçları ve 2021 görünümü: Dış ve iç yolcu trafiği	28

BÖLÜM 3: COVID- 19 PANDEMİ SÜRECİNDE TÜRKİYE'DE HAVACILIK SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE HİZMET KALİTESİ ALGILARININ ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Amacı	30
3.2. Araştırmanın Önemi	30
3.3. Ana Kitle ve Örneklem	30
3.4. Anketin Yapısı ve Hazırlanması	30
3.5. Veri Toplama Süreci	31
3.6. Analiz Yöntemi	32
3.7. Veri Analizi ve Bulgular	32
3.7.1. Demografik Özellikler ve Uçuş Tercihleri.....	32
3.7.2. Güvenilirlik ve İç Tutarlılık Analizi	37
3.7.3. Analiz Alt Boyutlarının Normal Dağılıma Uygunluk Analizi.....	39
3.7.4. Analizlerde Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikler	40
3.7.5. Faktör Analizi ve Sonuçları	43
3.7.6. Analiz Alt Boyutları ile Demografik Özellikler Arasında Uygulanan Hipotez Testleri.....	47
3.7.7. Analiz Alt Boyutları ile Katılımcıların Havayolu Kullanım Özellikleri Arasında Uygulanan Hipotez Testleri	52

SONUÇ VE ÖNERİLER.....

KAYNAKÇA

EKLER.....

ÖZGEÇMİŞ.....

KISALTMALAR

AO	: Aritmetik Ortalama
EASA	: European Union Aviation Safety Agency
FAA	: Federal Aviation Administration
IATA	: International Air Transport Association
ICAO	: International Civil Aviation Organization
ILO	: International Labour Organization
ISO	: International Organization for Standardization
GATS	: Hizmet Ticareti Genel Anlaşması
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
HATM	: Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet
HFHKM	: Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet
HFATM	: Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet
HHKM	: Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet
HYB	: Havayolu ile Yolculuğa Bakış
KMO	: Kaiser Meyer Olkin
SHGM	: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
SS	: Standart Sapma
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TKY	: Toplam Kalite Yönetimi
WTO	: World Trade Organization

TABLO LİSTESİ

Tablo 1 : Hizmet ve Mallar Arasındaki Farklar	4
Tablo 2 : Yıllar İtibariyle İstihdamın Dünyada ve Gelişmiş Ülkelerde Sektörel Dağılımı (Yüzde).....	7
Tablo 3 : Durumsal Faktörler	15
Tablo 4 : 2019-2020 Yılları için Bölgelere Göre Yolcu Trafığı ve Gelirleri Üzerindeki Tahmini Etki	27
Tablo 5 : Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Frekansları ve Yüzdelikleri.....	33
Tablo 6 : Katılımcıların Uçuş Özelliklerinin Frekansları ve Yüzdelikleri.....	36
Tablo 7 : Araştırmada Yer Alan Analizlere Ait Güvenilirlik Katsayıları Tablosu	38
Tablo 8 : Araştırmada Yer Alan Analizlerin Alt Boyut Ortalamalarına Ait Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları Tablosu	39
Tablo 9 : Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri	40
Tablo 10: Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri	40
Tablo 11: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri.....	41
Tablo 12: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri	42
Tablo 13: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri	42
Tablo 14: Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Açıklayıcı Faktör Analizi	43
Tablo 15: Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM) Açıklayıcı Faktör Analizi	44
Tablo 16: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Açıklayıcı Faktör Analizi	45
Tablo 17: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Açıklayıcı Faktör analizi Özet Tablosu	46
Tablo 18: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) Açıklayıcı Faktör analizi Özet Tablosu	47
Tablo 19: Cinsiyete Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması	47
Tablo 20: Medeni Duruma Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması	48
Tablo 21: Mesleklere Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması	49
Tablo 22: Gelir Gruplarına Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (1)	50

Tablo 23: Gelir Gruplarına Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (2).....	51
Tablo 24: Havayolu Kullanım Yılı ile Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (1).....	52
Tablo 25: Havayolu Kullanım Yılı ile Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (2).....	53
Tablo 26: Havayolu Seyahat Yönüne Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması ...	54



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Yıllara Göre Türkiye’de Hizmet Sektörünün GSYH İçindeki Oranı.....	8
Şekil 2: Havayolu Taşımacılığında Önemli Olan Hususlar.....	25
Şekil 3: Dünya’ da Covid- 19 Salgını Haritası	26
Şekil 4: Dünya Yolcu Trafığı Gelişimi.....	27
Şekil 5: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum ve Eğitim Düzeyleri Dağılımı...	32
Şekil 6: Katılımcıların Meslek ve Gelir Durumu Dağılımı	33
Şekil 7: Katılımcıların Pandemi Öncesi-Sonrası Havayolu Kullanımı ile Havayolu Kullanım Sıklık Bilgileri Dağılımı	35
Şekil 8: Katılımcıların Havayolu Seyahat Amacı ile Havayolu Firma Tercihleri Dağılımı.....	35
Şekil 9: Katılımcıların Havayolu Seyahat Yönü ile Havalimanı Kullanım Sıklıkları Dağılımı.....	36

Tezin Başlığı: Covid-19 Pandemi Sürecinde Türkiye’de Havacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Algılarının Analizi

Tezin Yazarı: Abidin Umut ÜNLÜLER **Danışman:** Dr. Öğr. Üyesi Semih Okutan

Kabul Tarihi: 27.12.2021 **Sayfa Sayısı:** viii (ön kısım) + 65 (tez) + 13 (ek)

Anabilimdalı: İşletme

Bilim Dalı : Üretim Yönetimi ve Pazarlama

Dünyada artan nüfus ve kentleşme, değişen tüketim davranışları, insanların seyahat etme tutkusu, ulaşımında istenen zaman tasarrufu ve kalite anlayışının değişmesi taşımacılıkta havayolu ulaşımının önemini arttırmıştır. Havayolu taşımacılığında hizmet, yolcunun uçuş tarifesıyla ilgili bilgi almasından başlayıp hava alanından ayrılması sonrasında da devam etmektedir. Havayolu talebini bilet fiyatları, yolcuların gelir seviyesi, müşteri bağlılığı, yolcu tercihleri ve dünyadaki salgın hastalıklar gibi birçok faktör etkilemektedir. Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan ve salgın bir hastalık olan Covid-19 bütün ülkeleri etkisi altına alırken havayolu ulaşımını da oldukça olumsuz etkilemiştir.

Bu çalışmada Covid-19 Pandemi sürecinde Türkiye’de havacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi algıları analiz edilmektedir. Bu doğrultuda kolayda örnekleme ile seçilmiş 206 katılımcıdan online bir anket çalışması ile veri toplanmış, veriler SPSS 24.0 Programı aracılığı ile incelenmiştir. Veri analizinde temel istatistikî analizler ve parametrik fark testleri kullanılmıştır.

Bu doğrultuda çalışma bağlamında Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet ve Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış boyutları değerlendirilmiş ve bu boyutların bazılarında demografik özelliklere ve diğer bazı özelliklere göre istatistikî olarak anlamlı farklar tespit edilmiştir. Bulguların özellikle Covid- 19 Pandemi sürecinde zor zamanlar geçiriyor olan havayolu ulaştırma sektörüne katkıda bulunabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Havacılık sektörü, Covid-19, Pandemi, Müşteri Memnuniyeti, Hizmet kalitesi

Title of the Thesis: Analysis of Customer Satisfaction and Service Quality Perceptions in the Aviation Industry in Turkey During the Covid-19 Pandemic Process	
Author: Abidin Umut ÜNLÜLER	Supervisor: Assist. Prof. Semih Okutan
Date: 27.12.2021	Np : viii (pre text) + 65 (main body) + 13 (App.)
Department: Business	Subfield: Production Management and Marketing
Increasing population and urbanization in the world, changing consumption behaviors, people's passion for traveling, time savings in transportation and the change in quality understanding have increased the importance of air transportation in transportation. In air transport, the service starts after the passenger receives information about the flight schedule and continues after passenger leaves the airport. Airline demand is affected by many factors such as ticket prices, income level of passengers, customer loyalty, passenger preferences and epidemics in the world. While Covid-19, an epidemic disease that emerged in Wuhan, China, affected all countries, it also adversely affected air transportation. In this study, customer satisfaction and service quality perceptions in the aviation industry in Turkey are analyzed during the Covid-19 Pandemic process. In this direction, data were collected through an online survey study from 206 participants selected by convenience sampling. The data were analyzed by the SPSS 24.0 Program. Basic statistical analysis and parametric difference tests were used in data analysis. In this direction, the dimensions of Satisfaction with the Airport Service Quality, Satisfaction with the Measures Taken at the Airport in the Covid-19 Global Pandemic Process, Satisfaction with the Measures Taken by the Airline Company in the Covid-19 Global Pandemic Process, Satisfaction with the Airline Company Service Quality, and Overview of Airline Travel in the Covid-19 Global Pandemic Process were evaluated in the context of the study, and statistically significant differences were determined in some of these dimensions according to demographic characteristics and some other characteristics. It is thought that the findings may contribute to the airline transportation sector, which is having a hard time especially during the Covid-19 Pandemic process.	
Keywords: Aviation industry, Covid-19, Pandemic, Consumer behavior, Service quality	

GİRİŞ

Günümüzde hava yolu sektörü ülkemizde ve tüm dünyada diğer sektörlerle göre hızla gelişen, büyüyen ve çok daha fazla ilgi gören sektörlerden biridir. Havacılık sektörü, yurt içi, yurt dışı ve uluslararası olarak insanların veya eşyaların taşınmasında önemli bir rol üstlenmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelişen teknolojiler ve artan rekabet ortamı ile havacılık sektöründe değişiklikler meydana gelmiştir. Ülkelerin ekonomi ve siyasi farklılıkları havacılık sektörünü etkilemektedir. Ulaştırma sektörü ile turizm sektörü paralel olarak gelişim göstermektedir. Ulaştırma ve turizm ilişkisinde, bölge ve ülkeye erişilebilirliğinin kolay olmasının sağlanması, turistik yerlerdeki hareketliliği arttırmak, turizm amaçlı eğlence yerlerine seyahati olanaklı kılmak hedeflenmektedir. Havacılık sektöründe asıl amaç hızlı, konforlu ve emniyetli bir şekilde ulaşımı sağlamaktır.

2019 yılının Aralık ayında Çin' in Hubei eyaleti Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 virüsü turizm, eğitim, sağlık sektörü ve birçok alanı etkilemiştir. Salgının küresel çapta yayılmasıyla ekonomik faaliyetler ve havacılık sektörü gerileme göstermiştir. Ülkeler salgının yayılımını önlemek amacıyla farklı bölgelerden gelen uçuşları durdurarak ülkelere giriş, çıkış yapan insan hareketliliğini azaltmayı hedeflemişlerdir. Bu da havacılık faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemiştir. 2019 ile 2020 yılları verileri karşılaştırıldığında, havayolları yolcu kapasiteleri %60 azalmıştır. Ayrıca havayolu firmalarının brüt gelir kayıpları 371 milyar ABD dolarıdır (ICAO,2021). Havacılık sektörünü tercih eden tüketicilerin, hava taşıtlarında virüsün daha kolay yayılımının gerçekleşeceği düşüncesi ile havacılık sektörüne olan endişe ve çekinceleri ortaya çıkmıştır. Bu sebeple havayolu ulaşımını tercih eden tüketici portföyünde daralmalar meydana gelmiştir (Bakırcı,2020). Tüketicilerin havayolu taşımacılığında kalite ve hizmet arayışı artmıştır.

Bu araştırmada pandemi sürecinde havacılık sektörünü tercih eden müşterilerin memnuniyet düzeylerinin ve hizmet kalitesi algılarının analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda geliştirilen anket formu ile havayolu taşıma hizmetlerini deneyimleyen tüketicilerden veri toplanmış ve spesifik olarak pandemi sürecinde hem havayolu firmaları hem de havalimanı işletmelerinden memnuniyet düzeyleri değerlendirilmiştir.

Tezin İçeriği

Bu tez çalışması  bölümden oluşmaktadır.

Tezin ilk iki bölümü kavramsal erveyi oluşturmaktadır. Araştırmanın ilk bölümünde hizmetler ve hizmet kalitesi bağlığı altında, hizmet kavramı, hizmet pazarlaması, hizmet sektörünün ekonomik etkileri, kalite kavramı ve tüketicici kavramı incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde havacılık sektörü ve Covid-19 pandemi süreci incelenmiştir. Bu kapsamda havacılık sektörü, havacılık sektöründe tüketicici kavramı ve beklentileri, havayolu ulaşımında talebi etkileyen faktörler, havacılık sektöründe verilen hizmetler ve bu hizmetlerin kalitesini etkileyen faktörler, Covid-19 salgını, tarihte yaşanmış başka salgın hastalıklar, salgın hastalıkların ülkemizde ve dünyada oluşturduğu etkiler incelenmiştir.

nc bölümde ise yapılan saha araştırmasının yöntemi ve saha araştırması sonucu elde edilen verilere ilişkin tanımlayıcı istatistiki analizler ve parametrik fark analizleri yer almaktadır.

Araştırmanın Amacı

Dünya’da ve Türkiye’de her gün milyonlarca insan havayolu ile seyahat etmektedir. Havayolu ulaşımında tketicim kavramı kişinin seyahat düşüncesiyle başlayıp seyahati sonlandırığı ana kadar bütün tketicim sürecini kapsamaktadır. Covid-19 pandemisi ile birçok tüketicici alışkanlıklarını ve tketicim tercihlerini değişmek zorunda kalmıştır. Bu çalışmanın amacı, pandemi süreciyle birlikte havacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi algılarını değerlendirmektir.

Araştırmanın nemi

Araştırma sonunda elde edilen bulgular, havacılık sektöründeki hizmet sağlayıcılar için değişen müşteri memnuniyeti ve hizmet beklentilerindeki farklılaşmaları göz önüne bulundurarak kaliteyi korumak ve tüketicici beklentileri karşılama düzeylerini artırmak, stratejilerini geliştirmek, mevcut durumda ve gelecekte örnek bir kılavuz oluşturmak için yol gösterici olması açısından önem arz etmektedir. Araştırma sonuçlarının Covid-19 döneminde yalnızca havayolu firmalarının değil, aynı zamanda havalimanı işletmeleri yönetimlerinin de müşteri odaklı hizmet düzenlemeleri yapabilmelerine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada gerekli olan verileri toplamak için, iki kısımdan oluşan müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi algılarını ölçmede Likert tipi ölçekler ve demografik soruları içeren bir anket oluşturulmuştur. Pilot uygulamalar sonucu nihai hali verilen anketler internet ortamında çeşitli kurum ve kuruluşların sosyal medya platformları vasıtasıyla ilgili kişilere ulaştırılmıştır. Araştırmaya pandemi öncesinde ve sonrasında en az bir kere havayolu ulaşımı kullanmış ve kolayda örnekleme ile seçilen 206 kişi katılmıştır. Araştırma sonuçları SPSS 24.0 programı kullanılarak programı kullanılarak analiz edilmiş ve bu analizlerin sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmanın Kısıtları

Covid-19 pandemi sürecinde Türkiye’de havacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi algılarının analizi incelenmiştir. Çalışma, Türkiye’deki havalimanı ve havayolu firmalarını kullanan yolculara yönelik uygulanmıştır. Pandeminin küresel olmasına rağmen yapılan literatür çalışmalarının henüz kısıtlı olması, pandemi ile ilgili sürecin ve alınan önlemlerin her an değişkenlik göstermesi ve pandemi şartları sebebiyle toplanan saha verilerinin online anket ile veri toplama yöntemiyle sınırlı kalması çalışmanın kısıtlarıdır.

BÖLÜM 1: HİZMETLER VE HİZMET KALİTESİ

1.1. Hizmet Kavramı

Klasik iktisatçılar Colin Grant Clark ve Jean Fourastie'nin üç sektör tanımlamasını yaptığından bu yana tarım birincil, sanayi ikincil ve hizmet sektörü üçüncül sektör olarak belirtilmektedir (Karluk, 2019). Hizmetler sektörünün özellikle 20. Yüzyılda öne çıkması ve 1980 sonrasında birçok ülkede hem istihdamda hem de ekonomideki pay açısından lider hale gelmesi dikkat çekmektedir (Özsağır ve Akın, 2012).

Hizmetler sektörünün özelliklerini gayri maddi, görünmez ve depolanamaz olarak tanımlamaktadır ve genel anlamda sanayi ve tarım dışında kalan tüm sektörleri hizmet sektörü olarak adlandırmaktadır. Genel olarak da hizmet sektörüne dahil edebileceğimiz alanların, tamamlayıcı kapsamda olduğunu söyleyebiliriz (Karluk, 2019).

Hizmet kişilerin ve kuruluşların birbirlerine sunduğu soyut bir faaliyet, yarar olarak tanımlanmaktadır. (Bulgan ve Gürdal, 2005). Bu bağlamda yer, zaman, şekil ve hissel boyutlardan fayda sağlayan, üretildiği anda tüketilen iş, eylem, performans, sosyal olay ve faaliyetler olarak ifade edilmektedir. Hizmet kavramı, iş ya da performans olarak değerlendirilen, fiziki mallardan farklı doğası gereği gözle görülür elle tutulur bir obje veya ürün vermeyen, bir uğraş olarak da tanımlanmaktadır. Mal ve hizmet arasındaki farklar ve hizmetin genel özellikleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Hizmet ve Mallar Arasındaki Farklar.

Fiziki Malların Özellikleri	Hizmetlerin Özellikleri
Somuttur.	Soyuttur.
Homojendir.	Heterojendir.
Üretim ve dağıtım tüketimden ayrılır.	Üretim, dağıtım ve tüketim eş zamanlı işlemlerdir.
Mal bir nesnedir.	Hizmet bir faaliyet ya da süreçtir.
Temel değeri fabrikada üretilir.	Temel değeri alıcı-satıcı arasındaki etkileşimle üretilir.
Müşteriler üretim sürecine katılmaz.	Müşteriler üretim sürecine katılırlar ve etkileşim içindedirler.
Stoklarda saklanabilir.	Stoklanamaz.
Mülkiyet transferi yapılabilir.	Mülkiyet transfer edilemez.

Kaynak: Bayat, M., Baydaş, A. & Atlı, C. (2015). Hizmet sektörünün kavramsal tanımı ve ulusal ekonomilerdeki önemi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 59-88.

Hizmet; kişilerin, makinelerin, araçların ve insanların çabasıyla oluşan, müşterilere fayda sağlayan ve fiziksel olarak var olmayan ürünler ve bireylerin ihtiyaçlarını, gereksinimlerini doyuma ulaştıran eylemlerdir. (Çiçek ve Doğan, 2009). Başka bir deyişle hizmet, tüketicilerin yaşantılarından kaynaklanan ve fiziksel olmayan

sorunlarının çözümünü kolaylaştıran sistemler, faaliyetler ve faydalar toplamıdır. (Bozpolat, 2019).

Hizmetler, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan ve soyut faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Anlı,2019). İnsanların eğitim ve refah düzeyi arttıkça yeni ve farklı hizmetlere olan talep artmaktadır. Ayrıca hızla artan nüfus ve insanların değişen talepleri göz önüne alındığında hizmet yeni bir boyut kazanmıştır. Hizmet sektörü, nüfusun birçok kesiminde hızla büyümektedir. İşletmeler, mevcut dağıtım kanallarını müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde değiştirerek yeni dağıtım kanalları geliştirmeye çalışmaktadırlar. Aynı zamanda, hizmet şirketlerinin değişen ihtiyaç ve ihtiyaçlara yanıt olarak yeni hizmetler geliştirmesi ve hizmet sunması gerekir. İnsanlar ihtiyaçlarını karşılamak isterken en iyi hizmet kalitesini göz önünde bulundururlar. Hizmet sektöründeki değişimin temel nedeni tüketicilerin ihtiyaçlarının sürekli değişmesidir. Dinamik olan ihtiyaçlar, yeni hizmet türlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Karahana, 2006: aktaran, Özel, 2019: 4).

Tüketiciler de soyut bir kavram olan hizmet üretiminin bir parçasıdır ve bu üretimden fayda sağlamaktadırlar. Ancak, alınan bu faydanın belirli bir standardizasyonu sağlamanın oldukça güç olduğu bilinmektedir. Hizmeti sağlayan ve hizmetten faydalanan arasında aktif bir bağ oluşmaktadır. Hizmetler üretildikleri an tüketilen yani üretimi tüketimi eş zamanlı gerçekleşen ve depolaması mümkün olmayan kavramlardır. Hizmet kalitesi değerlendirmesi göreceli bir kavram olmakla birlikte kitlesel üretimin mümkün olmadığı hizmetlerin ücretlendirme seçenekleri de oldukça çeşitlidir. Hizmet kalitesi, temel anlamda hizmet arz ve talebindeki süreçlerin kontrol edilmesiyle sınırlıdır. Hizmetlerin herhangi bir fiziki malda olduğu gibi patentler ile koruma altına almak söz konusu değildir (Okumuş ve Asil, 2007).

Dünya Ticaret Örgütü hizmetlerin alt sektörlerini ticari hizmetler, iletişim hizmetleri, telekomünikasyon hizmetleri, inşaat ve mühendislik hizmetleri, dağıtım hizmetleri, eğitim hizmetleri, çevre hizmetleri, finansal hizmetler, sağlık ve sosyal hizmetler, turizm ve gezi hizmetleri, eğlence, kültür ve spor hizmetleri, ulaşım hizmetleri ve başka bir yere dahil olmayan diğer hizmetler olarak on iki başlık altında toplamaktadır (World Trade Organization).

Hizmet sektörünün 1980 sonrasında öne çıkmasıyla birlikte, post-endüstriyel toplum tezleri de daha fazla duyulmaya başlamıştır. Endüstri ötesi toplum kavramını ilk kez

Coomaraswamy ve Petty, 1914 yılında kullanmışlardır (Belek, 1997). Kavramın gözle görünürlüğünün artması ise yüzyılın ortalarına denk gelmektedir. Bu durum pek de şaşırtıcı değildir. Hizmet üretiminin yaygınlaşması, doğal olarak endüstri ötesi tezlerinin de artmasını sağlamıştır. 1980 sonrasında Fordizm’ in çöküşü kadar hızlı şehirleşme ve teknolojiadaki devasa gelişmeler, sanayi ötesi toplum söyleminin yaygınlaşmasının nedenleri olarak görülebilirler.

Hizmet sektörünün önem kazanması, bilginin değeri giderek yükselen bir meta haline gelmesiyle de ilgilidir. Örneğin know-how’ un, çoğunlukla endüstriyel malın üretiminden daha önemli bir meta olması, bu durumun kanıtlarından birisidir. Know-how, temel anlamda yapım bilgisi anlamına gelmektedir. Bir ürün çok tüketilirken toplum tarafından ürem bilgisi noksanlığı örnek verilebilir. Know-how kadar telif, isim hakkı benzeri soyut kavramlar da giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Yıldırım,2018). Harvey (2012), Fordizmde standartlaşmış olan üretim ve yaşam tarzına karşın zevk ve tercihlerin de esnekleştiği post-Fordist dönemde rekabet avantajı sağlamak amacıyla bilginin daha da değerli hale geldiğini ve en yüksek fiyatı verene satılacak bir meta haline geldiğini belirtmektedir.

Hizmet sektörünün bu derece önem kazanmasında kuşkusuz 1980 sonrasında finans sektörünün üstlendiği rolün de payı büyüktür. Hizmet sektörünün en önemli alt sektörlerinden birisi olan finansal hizmetler, artan teknolojik yeniliklerle sermayenin çok hızlı dolaşmasının mümkün hale gelmesiyle ve büyük finansal şirketlerin yoğun deregülasyon (Finans piyasaları üzerindeki denetimin gevşetilmesi, denetimsizlik anlamına gelmektedir.) baskısıyla giderek şişkinleşmiştir (Taşar,2009). Harvey (2012) bu konuda şöyle demektedir:

“Bu küresel finansal sistemin yapısı artık o kadar karmaşıktır ki, çoğu insan için bu yapıyı anlamak güçtür. Bankacılık, borsa simsarlığı, finansal hizmetler, konut finansmanı, tüketici kredisi türünden farklı işlevler arasındaki sınırlar artan ölçüde belirsizleştiği gibi, ilksel maddeler, hisse senetleri, dövizler ve borçlar için gelecek zamanı bugüne kafa karıştıran yöntemlerle iskonto eden, vadeli sözleşmeler piyasaları kısa sürede ortaya çıkmıştır. Bilgisayarlaşma ve elektronik iletişim, finans akımlarının gecikmesiz uluslararası eşgüdümüne görmezlikten gelinemeyecek bir önem kazandırmıştır.”

1.2. Hizmet Sektörü ve İstihdam

Hizmet sektörünün istihdam içerisindeki payı giderek artmaktadır. Özellikle endüstriyel yatırımların sermaye kesimi tarafından geç kapitalist ülkelere de kaydırılmasının etkisiyle kapitalist ülkelerde hizmetler sektörünün istihdamın daha büyük bir kesimini kapsadığını görmek mümkün olmaktadır.

Tablo 2: Yıllar İtibariyle İstihdamın Dünyada ve Gelişmiş Ülkelerde Sektörel Dağılımı (Yüzde)

Sektörler/Yıllar	Dünya Ortalaması				Gelişmiş Ülkeler	
	2000	2007	2014	2020	2000	2020
Tarım	40	36	29	27	6	3
Sanayi	21	22	23	22	28	23
Hizmetler	39	43	47	51	67	74

Kaynak: ILO. (2020). *World Employment and Social Outlook*. Erişim Adresi: <https://www.ilo.org/wesodata/> (Erişim Tarihi: 16/07/2021).

2000 sonrasında istihdamın sektörel dağılımında sanayinin payının çok fazla değişmediğini ancak tarımın payının gözle görülür ölçüde azalırken hizmetlerin payının ise 2020 itibariyle on iki puan arttığını görebiliriz. Yani tarım sektöründen ayrılan işgücünün esaslı kısmını hizmetler sektörü toplamaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise hizmetler, istihdamdan %70'in üzerinde pay almaktadır.

1980 yılları için yeterli veri olmamasından dolayı 1991 yılı itibariyle baktığımızda ABD'de hizmet sektöründe çalışanların tüm nüfusa oranı %72 iken, 2019'de %79 olmuştur. Aynı oran Almanya için sırasıyla %59'dan %72'ye; İngiltere için %67'den %81'e ve Japonya için %59'dan %72'ye çıkmıştır. Türkiye için ise bu oran %34'den %51'e çıkmıştır (ILO, 2020).

İleri kapitalist ülkeler açısından dikkat çeken bir diğer konu da sanayinin de istihdamdaki payının azalmasıdır. Bu durum hem sanayi sektörünün istihdam ihtiyacının azaldığını hem de yukarıda belirttiğimiz üzere görece geç kapitalist ülkelerde endüstriyel yatırımların arttığını göstermesi açısından önemlidir.

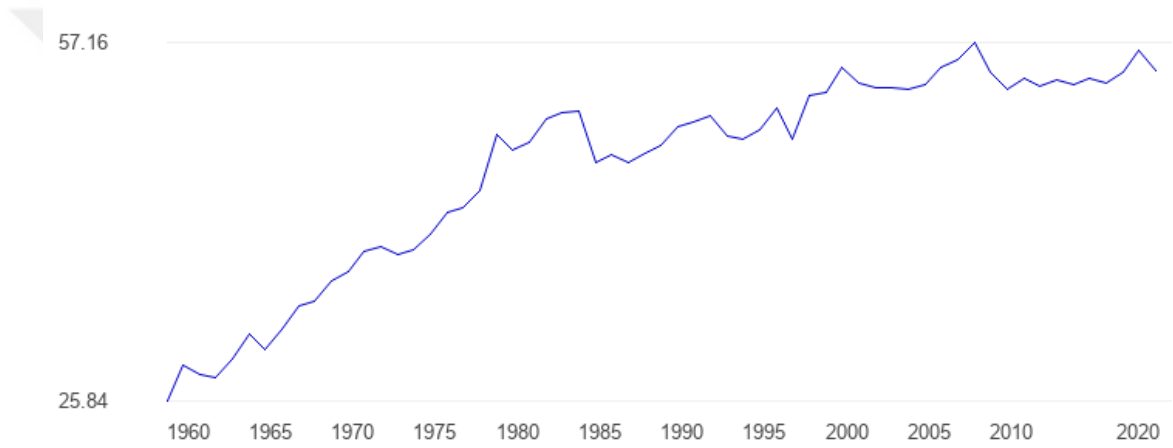
Dünya genelinde 2000'lere kadar istihdam açısından lider sektör olan tarım sektörünün 2000 sonrasında yerini hizmetlere devretmesi de sektörlerin ekonomi içerisindeki yeri açısından önem arz etmektedir.

Türkiye'de istihdamın sektörel dağılımında 1980 sonrasında tarım aleyhine hızlanan çözülme 2000 sonrasında belli bir standarda ulaşmıştır diyebiliriz. 2019 yılı ağustos ayı verilerine göre toplam istihdamın %55,4'ü hizmetlerde, %19,6'sı tarımda, %19,5'i ise

sanayide yer alırken (TÜİK, 2019), 2020 yılı ocak ayında %58,14 hizmetler, %16,07 tarım, %20,74 ise sanayi istihdamı olarak karşımıza çıkmaktadır (TÜİK, 2020). 2021 yılı ocak ayında ise hizmet sektörü oranı %54,5 olarak gerçekleşti. İstihdamın sektörel dağılımı Türkiye açısından dünya ortalaması ile gelişmiş ülkelerin arasında yer almaktadır. Verilerden de görüleceği üzere her sene hizmet sektörü oranı her sene yükselirken 2020 Ocak ,2021 Ocak tarihleri arasında azalma söz konusu olmuştur.

1.3. Hizmet Sektörü ve GSYH

İstihdamda görülen durum, benzer bir şekilde GSYH'den sektörlerin aldığı paylar açısından da geçerlidir.



Şekil 1: Yıllara Göre Türkiye’de Hizmet Sektörünün GSYH İçindeki Oranı

Kaynak: theGlobalEconomy.com. Erişim adresi:

https://www.theglobaleconomy.com/Turkey/Share_of_services/ Erişim tarihi: (05/10/2021).

Türkiye için 1960 yılından 2019 yılına kadar hizmet sektörünün GSYH içindeki oranına bakıldığında 1960 yılında 25.84% oran ile bulunurken bu oran en yüksek seviye olarak 57.16% ile 2009 yılında gerçekleşmiştir. Hizmet sektörünün GSYH’ deki oranı 2019 yılında 56.47% seviyesindedir. Dünya genelinde 161 ülke üzerinde yapılan incelemeye göre 2019 yılı ortalaması 54.93%’dir. Bu orana göre Türkiye’deki hizmet sektörünün gayri safi yurtiçi hasıladaki oranı Dünya ortalamasının üzerinde olduğu gözlemlenmektedir (theGlobalEconomy.com,2021).

1.4. Hizmet Sektörü ve Ticaret

Hizmet sektörü ve ticaret arasındaki ilişki görece yenidir. Uluslararası ticaretin geçmişten bu yana ana konusu olan tarım ve sanayi ürünlerinin yanına hizmet sektörünün söz edilebilecek düzeyde dahil olması, esasta 20. Yüzyıla ait bir durumdur. Bunun en önemli

nedeni, hizmetlerin yukarıda saydığımız özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesi yani stoklanamaz oluşu, hizmet ticaretinin de görece zorlaşmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Bu görece zorluk durumu, teknolojinin gelişimi ile aşılmaya başlamış ve son dönemde hizmet ticareti, daha öncesinde olmadığı kadar önemli hale gelmiştir. Keza Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) adı verilen müzakere de bu durumun kanıtı niteliğindedir. GATT görüşmeleri boyunca, özellikle 1974'ten sonra ABD'nin hizmet ticaretinin serbest bırakılması konusundaki yoğun ısrarı, Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulmasıyla daha da somut bir hale dönüşmüştür. Özellikle 15 Nisan 1994'te Uruguay Turu Nihai Senedi'nin imzalanmasıyla GATS da bu senede bağlanmıştır. Hizmet ticaretinin dünya ticareti içerisindeki oranı da 1995 yılında %20, 2010 yılında ise %24 olarak gerçekleşmiştir. Yukarıda saydığımız özelliklerine rağmen hizmet ticaretinin toplam dünya ticareti içerisinde $\frac{1}{4}$ oranında bir yer işgal etmesi dikkat çekicidir (Ongun, 2013).

Türkiye gibi dış ticaret açığı olan ülkelerde hizmet sektörü gelirleri hizmet giderlerinin önüne geçerse dış ticaret açıkları azalır. Türkiye'de 2010 yılında hizmet ihracatı 36,2 milyar dolar olarak gerçekleşirken hizmet ithalatı 19,4 milyar dolar olmuştur. Bu sayede ülke dış ticaret açığını kapatmaya yönelik 16,8 milyar dolarlık döviz katkısı sağlamıştır (Karluk, 2019).

Hizmet sektörü de diğer sektörlerde olduğu gibi yoğun rekabet ortamına sahiptir. Bu hususta tüketici ihtiyaçlarına doğru cevap verebilmek ve onları tatmin edebilmek adına kalite standartlarını belirlemek somut bir kavram değildir. Ancak, ekonomideki payı yüksek olan bu sektörde, rakipler karşısında ön plana çıkabilmek için stratejik açıdan kalite standartlarını belirlemek ve geliştirmek yönetimler açısından önem arz etmektedir (Kıraç,2019).

1.5. Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi, verilen hizmetin tüketicinin beklentilerini tatmin etme seviyesinin bir ölçüsüdür. Hizmet kalitesinde önemli olan tüketicinin algıladığı kalitedir. Hizmet kalitesi; kusursuz ürünlerin satın alınması, doğru önlemin bulunarak sorunların ortadan kaldırılması, güvenli ve etkili performans ile güvenilir olunması, nazik davranışlar ile zamana uygunluk sağlanması olarak tanımlanmaktadır. Hizmet ve kalite düzeyinde güçlü olmak, hizmet kalitesinde de iyi olmayı sağlamaktadır (Zengin ve Erdal 2000).

1.5.1. Kalite Kavramı

Kalite, bir müşterinin veya kullanıcının bir ürün veya hizmet hakkındaki yargısıdır. Kalite, müşterilerin veya kullanıcıların kullandıkları ürün veya hizmetlerin ihtiyaç veya beklentilerini karşıladığına olan güvenidir (Mergen,1993). Kalite bir yaşam ve yönetim tarzı olup, bireylerin ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılandığı, israfın önlendiği iyileştirme sürecidir. Kalite; ölçümler, veriler, formüller, ürün gibi objektif ve hisler, duygular, tercihler, arzular gibi subjektif özelliklere sahiptir (Zengin ve Erdal 2000).

Kalite kavramı kişiden kişiye değişen öznel bir olgudur. Günümüz koşullarında tüketicilerin kalite algısı satın almayı düşündükleri mal ve hizmeti ne kadar beğendikleri ve ihtiyaçlarını hangi ölçüde karşıladığı ile ilgilidir. Bu durumda kalite algısı zaman içerisinde kişinin değişen ihtiyaçları doğrultusunda aynı hizmet ve malda bile değişkenlik gösterebilir. Bir başka ifadeyle kalite, mal ve hizmet temininde müşteri istek ve arzularına cevap verebilme ölçütüdür (Anlı,2019).

Zaman içerisinde değişen ve üzerine koyarak ilerleyen her kavram gibi kaliteye bakış açısı da eş güdümlü olarak değişmektedir. Bu kavram Toplam Kalite Yönetimi (TKY) olarak tanımlanmaktadır. TKY, tüketicilerin gereksinimlerini temel ilgi alanı olarak belirleyip, ilgili kuruluşların mevcut kapasiteleri ve personeliyle maksimum verim alacak şekilde sürekli olarak ilerlemeye değinilir.

Literatürde kalite tanımı çokça yapılmıştır. Kalite algısı ve beklentisi kişi, kurum ve kuruluşlara göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bu sebepten dolayı kalite için; ürün ve hizmet alan kişi, kurum ve kuruluşların gereksinimlerine cevap verebilme ölçütüdür denilebilir.

Havacılıkta kaliteye bakıldığında ise, hava taşıtları, havacılık ekipmanları, havacılık hizmeti veren kurum ve kuruluşları, müşteri memnuniyeti, havacılık firmalarının ve havalimanlarının emniyeti ve güvenlik sistemleri gibi birçok kavramdan söz edilebilir.

Havacılıkta kanunlar kan ile yazılmıştır sözü vardır. Bu söz, havacılık sektöründe yapılan her hatanın ağır sonuçları olmasından yola çıkarak söylenmiştir. Bu hatalardan ders alarak çok katı ve esnetilmesi mümkün olmayan kurallar ve güvenlik önlemleri vardır. Basit gibi gözükse işlerden en karmaşık süreçlere kadar her şey talimatlarla belirlenmiş, yazılmış ve harfiyen uygulanmaktadır. Bu kuralları belirlerken ve de uygularken de gerek devlet otoritelerinin gerekse de bağımsız sivil otoritelerin belirlemiş olduğu çeşitli kurum ve

kuruluşlar vardır. En önemli kuruluşlar ise; ICAO, ISO, IATA, SHGM, FAA ve EASA' dır.

Kalite, uçuş operasyonlarından, uçak bakım-onarım faaliyetlerine kadar bütün havacılık faaliyetleri, birçok sektörel faaliyete göre daha hassastır. Havacılık sektöründe yürütülen hiçbir işlem rastgele değildir. Yürütülen faaliyetler yazılı net kurallar ile bellidir ve bu yazılı kurallar dışında inisiyatif olarak çalışmak mümkün değildir. Kalite değiştirilmesi ve dışına çıkması imkânsız olan bu yazılı kurallar ile standartlaştırılmıştır. Havacılık küresel bir oluşum olduğu için kurallar da uluslararası boyut kazanmıştır. ICAO kalite yönetim sisteminin denetleme görevleri ve faaliyetlerin organizasyon şemasını oluşturmada uluslararası yetkilidir ve havacılık şirketleri bu kurumun direktiflerine uymakla yükümlüdür. Türkiye'de bu konuda yetkili kurum ise SHGM'dür. SHGM'nin görev tanımı da ICAO gibi uluslararası kurumlar ile uyum içerisindedir (GÖV,2018).

Günümüzde kalite kavramı çağımıza ayak uyduracak şekilde gelişmekte ve değişmektedir. Bu gelişim ve değişimlerin sonuncusu ise toplam kalite yönetimi (TKY) olarak isimlendirilen sistemdir. TKY, müşteri gereksinimlerini olabilecek en iyi şekilde giderilmesi için kurulması gereken yönetim sistemi şeklinde tanımlanabilir. Bu yönetim sistemi, müşteri talep ve isteklerini ana merkeze alarak kurum, kuruluş ve firmaların bütün imkanlarını en etkin şekilde kullanarak daha ileriye sürekli gelişmeyi ilke edinir (Mergen,1993).

1.5.2. Hizmet Kalitesi Boyutları

Pazarlamada kalite etkinliğine ilişkin ilk araştırmalar SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml ve Berry,1985), RATER gibi birden çok öge aracı temelinde geliştirilmiştir. Bu nedenle hem onaylamama hem de yönetsel konulara doğrudan etki eden diğer hizmet değişkenlerini içerdiğinden, akademik amaçla hizmet kalitesinin değerlendirilmesi gerekli görülmüştür. Tüketiciler, sunulan ürün ve hizmet kalitesinden beklentilerini karşılayabilmesi için birtakım göstergelere önem verirler. Parasuraman ve diğerleri (1988) tarafından performans ve hizmet beklentileri arasındaki boşluğu bulmak, algılanan hizmetin iyi olduğuna karar verebilmek için kullanılan beş temel boyutu şunlardır: Sorumluluk, dokunulabilirlik (somutluk), empati, güvenilirlik ve güvence (Şener,2019). Sorumluluk, hizmetin zamanında tamamlanması ve personelin hizmeti servis etmeye istekli olmasıdır. Dokunulabilirlik, hizmetin fiziksel kaynakları ve hizmet veren personelin görünümü ile tüketiciye dokunmasıdır. Empati, tüketicilere sağlanan kişisel

yaklaşım ve tüketicilerin ihtiyaçlarını anlamak için çaba göstermek olarak tanımlanmaktadır. Güvenilirlik, verilen hizmetin doğru ve güvenilir şekilde yerine getirilmesidir. Güvence ise çalışan personelin konu hakkında yeterli bilgi ve donanımına sahip olup tüketicinin güvenini kazanmasıdır. Kalite algısı ürün ve hizmette farklılıklar gösterebilir buna rağmen kalite kişiden kişiye değişse de göstergeleri aynıdır. Kullanılan beş temel boyut, aşağıdaki hizmet bileşenlerinden türetilmiştir.

Performans, ürünün birincil özellikleridir. Diğer unsurlar, ürünün çekiciliğini sağlayan ikincil özellikleridir. Uygunluk, belgelere ve standartlara uygunluktur. Güvenilirlik, ürünün kullanım ömrü içinde performansının sürekliliğidir. Dayanıklılık, ürünün uzun süreli kullanılabilir özelliğidir. Servis görülebilirlik, ürüne ilişkin sorun ve şikayetlerin kolay çözülebilirliğidir. Estetik, ürünün albenisi, duyuları harekete geçirme yeteneğidir. Algılama, ürünün reklamlar, öneriler ile kabul görmesi ya da diğer markalara göre sezgisel olarak değerlendirilmesidir. (Yılmaz, Filiz ve Yaprak, 2007).

Hizmet kalitesi ile müşteri bağlılığı arasında güçlü bir ilişki olup, bir işletmenin hizmet kalitesi arttıkça müşterilerin o işletmeye bağlılığı da artmaktadır. Müşteri bağlılığı değer verilen ilişkiyi devam ettirmek için gösterilen istektir. Bu bağlılık çeşitli boyutlara ayrılmıştır. Bunlar; müşterilerin işletmeye olan duygusal bağımlılığı olan ilişki bağlılığı, müşterilerin işletmeden alışveriş yapmak için katlanabileceği maliyet olan fiyat hassasiyeti, müşterilerin işletmeyi başkasına tavsiye etme eğilimi olan ağızdan ağıza iletişimidir. (Hacıfendioğlu ve Koç, 2009). Ayrıca müşteri memnuniyeti de sağlanan hizmet kalitesinin durumu ile ilişkilidir. Müşteri memnuniyeti, müşterinin hizmetten aldığı faydayı beklentileriyle karşılaştırması sonucu oluşmaktadır. (Çırpın Küçük ve Kurt, 2016).

1.6. Hizmet Pazarlaması

Hizmet sektörü günümüz gelişmiş ülkeleri ve bu ülkelerin ekonomik kalkınmaları açısından oldukça önemlidir. Çünkü hizmet sektörü gelişmiş ülkeler için refah seviyesini ölçmede ve gelişmişlik seviyesini belirlemede referans kabul edilmektedir. Gelişen teknolojiler ile birlikte tüketici ihtiyaç ve taleplerinde artış yaşanmaktadır ve buna bağlı olarak farklı hizmet kolları türemektedir. Hizmet kavramlarının özelliklerine hakimiyet sayesinde, bu zamana kadar bu kadar gelişen bu sektörde akademik çalışma ve araştırmaların sığ kalmasına rağmen, bu hizmet alanında çalışma yapanlar için oldukça faydalı olacaktır (Değermen Erenkol, 2021).

Pazarlama karması, bir işletmenin kendine has pazarlama faaliyetleri ile geliştirdiği ve uyguladığı taktiksel kararlardır. Hizmetler yapıları gereği mallardan farklı olduğu için hizmetlerde belirli pazarlama faaliyetlerinin uygulanabilmesi için iyi bir planlama, yönetme ve pazarlama gereklidir. Pazar stratejilerinin iyi belirlenebilmesi ve pazarda etkili olabilmek için hizmet firmalarının pazar beklentilerini iyi bilmeli ve pazara hakim olmalıdır. Bu stratejiler geliştirilirken hizmet firmalarının dinamikleri ve sektör durumu hususlarına dikkat edilmelidir. Pazarın yapısı, tüketicilerin ve rakip firmaların incelenmesinde SWOT analizi ve pazarlama denetimi etkin pazarlama için atlanmaması gereken kavramlardır (Rasulzade, 2019).

Pazarlama karmasında yer alan dört elemanı temsil eden İngilizce sözcüklerin product (ürün), place (yer), price (fiyat), promotion (tanıtım) baş harflerinden yola çıkarak, pazarlama karması “4P” şeklinde sembolleştirilmiştir. “Product” için mal, mamul; “place” için yer, dağıtım, dağıtım kanalları, mekan; “promotion” için tutundurma, tanıtım, satış eylemleri, yükseltim terimleri kullanılmaktadır. Pazarlama faaliyetlerinde izlenecek olan stratejileri belirlemede kullanılan, hizmet pazarlaması alanında, geleneksel pazarlama yönteminin fonksiyonları olan hizmet karması elemanları 4P olarak bilinen ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma şeklindedir. Bu bileşenler müşterilerle iletişim kurmak ve onları tatmin etmek için kullanılan bileşenlerdir (Değermen Erenkol,2021).

Geleneksel pazarlama karması bazı durumlarda hizmet karması için yetersiz olduğu için bu karma üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Herhangi bir deney ile ispatlanmış teoriler olmasa da yapılan bu çalışmalar hizmet pazarlaması alanında ortaya fayda sağlayacak bir tablo çıkarmıştır. Üzerinde yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkan pazarlama karmaları ise; insan (People), fiziksel kanıtlar (Physical Environment) ve süreç (Process) olarak gerçekleşmiştir (Tutuş, 2020).

Müşteri odaklı yaklaşım olarak da pazarlama karması elemanları olan 4C vardır. Bunlar da;

- Müşteri Değeri (Customer Value),
- Ürünün Müşteriye Maliyeti (Cost to Costumer),
- Müşteriye Uygunluk (Convenience for Buyer),
- Müşteri ile İletişim (Customer Communication).

4P kavramı yerine 4C kavramı, işletme odaklı pazarlama yaklaşımı yerine müşteri odaklı yaklaşımdır (İlgaz Sümer ve Eser,2006).

Hizmet pazarlamasının üç pazarlama alt süreçleri ve amaçları vardır. Bunlar; işletmenin müşterilere kabul gören sözler vermesi olan dışsal pazarlama, müşterilerin algılanan hizmet kalitesinden memnun olmaları ve müşterilere verilen sözlerin tutulduğu karşılıklı (etkileşimli-interaktif) pazarlama, sözlerin tutulması için organizasyonun hazırlanmasını sağlayan içsel pazarlamadan oluşmaktadır. İşletmeler gösterdikleri performans ile hizmetlerini bir kar zinciri haline getirebilirler. Hizmet kar zincirini içsel hizmet kalitesi, tatmin olmuş ve verimli hizmet çalışanları, daha yüksek hizmet değeri, tatmin olmuş ve sadık müşteriler, sağlıklı hizmet karları ve büyüme oluşturur. Hizmet pazarlamasında iyi hizmetin altı kriteri olup, bunlar; profesyonellik ve kabiliyet, tutum ve davranışlar, ulaşılabilirlik ve esneklik, düzeltme ve iyileştirme, güvenilirlik, doğruluk ve ündür (Bayuk, 2006).

1.7. Tüketici Kavramı

Tüketici, mal ve hizmetleri bir bedel karşılığında satın alan kişidir. Tüketici davranışları bireylerin istek ve gereksinimlerini karşılamak için ürün ve hizmetlerin seçilmesi, satın alınması, harcanması ile ilgili kararları ve faaliyetleri içeren bir tanımdır (Durmaz ve Bahar, 2011). Ülkelerin ekonomik anlamdaki gelişmeleri tüketici davranışlarını etkilemektedir. Salgın hastalıklar, ekonomik kriz gibi ülkeleri derinden etkileyen toplumsal sorunlar tüketicilerin satın alma davranışlarını, satın alma önceliklerini, satın almadaki kalite arayışlarını etkilemektedir. Salgın dönemlerinde tüketicilerin ürün fiyatlarına, hizmetlere ve yaşam tarzlarındaki beklentileri ve düşünceleri değişmekte, tutum ve davranışlarında değişiklik olmaktadır. Tezin amacı pandemi sürecinde havacılık sektöründe tüketicilerin değişen tutum ve davranışlarını anlamaktır.

Tüketici davranışlarını etkileyen başlıca faktörler sosyal, kültürel, demografik, durumsal ve psikolojik faktörler olarak sınıflandırılmaktadır. Tüketici davranışını etkileyen sosyo-kültürel faktörlere örnek olarak kültür, sosyal sınıf, aile faktörleri verilebilir. Yaş, meslek, cinsiyet, çevre duyarlılığı, yaşam tarzı, ekonomik özellikler tüketici davranışını etkileyen demografik faktörlerdir. Durumsal faktörler, tüketicinin satın alma esnasında var olan durumlardır. Fiziksel ve sosyal ortam, zaman, satın alma nedeni, duygusal ve finansal durum durumsal faktörlere örnek olarak verilmektedir. Tablo 3' de durumsal faktörler gösterilmiştir.

Tablo 3: Durumsal Faktörler

Fiziksel Ortam	Işıklandırma, müzik, ses, mağaza içi reklam	
Sosyal Ortam	Satış elemanı, birlikte geline dostlar, diğer alışverişçiler	Davranış
Zaman	Geçmiş ve gelecek olaylar, gündemdekiler, içinde bulunulan ay, yıl, saat	-Harcanılan zaman -Keşfetme ve öğrenme çabası
Satın Alma Nedeni	Bireysel kullanım için ya da hediye olarak alım	-İletişim kurma isteği -Harcama miktarı
Duygusal ve Finansal Durum	Keyifli, öfkeli, rahat, sağlıklı hissetmek, kredi kartları, çekler	

Tüketici davranışlarını etkileyen psikolojik etmenler arasında motivasyon, öğrenme, algılama, kişilik, tutum ve inançlar yer almaktadır (Akballı,2017).

Ayrıca hizmet kalitesi arttıkça tüketicilerin aldıkları hizmetten memnun olma düzeyleri de artacaktır. Buna bağlı olarak da tüketiciler tekrar aynı hizmetten faydalanma eğiliminde olacaklardır. Tüketicilerin artan memnuniyetle birlikte yeniden hizmet satın alma isteği ise müşteri sadakati olarak nitelendirilir (Sürücü,2020). İşletmelerin de tüketicilerin ne kadar sadık müşteri olduklarını belirleyerek uygun stratejiler geliştirmelidir. Tüketicileri doğru anlamak ve bununla paralel yeni stratejiler geliştirmek işletmelerin daha başarılı sonuçlar elde etmesine olanak sağlayacaktır (Işık, 2021).

BÖLÜM 2: HAVACILIK SEKTÖRÜ VE COVID-19

2.1. Havacılık

Havacılık tarihi bilim ve teknoloji ile paralel bir gelişim sürecine sahiptir. İnsanın uçuş merakı yüzyıllar boyunca güncelliğini korumuştur. Kuşları izleyerek ilkel deneme yöntemlerini zamanla teknolojinin ve bilimsel gelişmelerin de yardımıyla günümüzdeki halini alacak kadar ileri seviyelere gelmiştir. Rönesans döneminde Leonardo Da Vinci ilk kez kuşları inceleyerek bilimsel çalışmaları ile 17 Aralık 1903 yılında Wright kardeşlerin ilk tayyare uçuşuna kadar geçen süreçte havacılığın ilkel tohumları atılmış oldu. Wright kardeşlerin motor takarak yaptıkları ilk uçuş modern havacılığın kapılarını açtı. Dünya’da bu yeni icada olan ilginin artmasıyla devletler kendi havacılık yapılanmalarına başlamışlardır. Askeri amaçlarla birinci ve ikinci dünya savaşında kullanılan uçaklar dünya savaş tarihine de yeni bir sayfa açmış oldular (Tatar,2018).

Sivil havacılık kavramı ise askeri olmayan genel havacılık ve tarifeli havayolu taşımacılığıdır. Günümüzde tarifeli uçuşlar için çeşitli boyutlarda birçok marka uçak üretimi yapmakta ve yine birçok marka dünya üzerinde sayısız lokasyonda hizmet vermek üzere tarifeli havayolu taşımacılık hizmetini sürdürmektedir.

Havacılık sektörünün asıl atağa kalktığı dönem İkinci Dünya Savaşı sonrası olmuştur. İnsanları yerel ve global olarak birbirine bağlayan, ulusal ve uluslararası ticarete aktif rol oynayan, ülkelerin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınmalarına katkı sağlayan ve bunları yaparken de zamandan tasarruf sağlayan havacılık sektörü devletler içinde stratejik öneme sahiptir (Işık,2021).

2.1.1. Havacılık Sektöründe Tüketici Kavramı ve Beklentileri

Teknolojik gelişmeler, yenilik arayışı, ulaşımda alternatif seçeneklerin çoğalması havacılık sektöründe de büyümeye sebep olmuştur. Yolcu, seyahat planı olan ve sahip olduğu bütçeye göre en uygun ulaşım türünü seçebilen bireydir. Yolcular bütçelerine göre bir taşımacılık türünü seçerek yasal sorumluluklar elde eder ve kendisini taşıyacak işletmeye de sorumluluklar yüklemektedir.

Havacılık sektöründeki işletmelerin hayatta kalabilmesi yolcular ile olan ilişkilerine bağlıdır. Yolcunun havacılık sektörüyle olan teması online olarak, çağrı merkezinden veya acentelerden bilet alınması ile başlamaktadır. Tüketicilerin bilet tercihlerinde,

havayolu şirketlerinin güler yüzlü personele sahip olması, bagaj kabul ve taşıma işlemlerinin aksaksız olması, cip ve vip özel salonlarının olması, anonslar, uçak içi ikram çeşitliliği, uçak içi eğlenceler, zamanında varış ve bagajın zamanında teslimi, uçuş güvenliği, konfor, temizlik gibi özelliklerin yolculara hitap etmesi gerekmektedir. Yolcuların havayolu şirketlerini tercih etmesinde; zaman, koltuk arası genişliği, güncel içerik sunan ve yolcuların vakitlerini az da olsa doldurabilen dergi ve gazeteler, kullanılan malzeme ve içerik kalitesiyle farklılık yaratan ikram, kısa, net ve anlaşılabilir anonslar, hijyen ve iç ortamın temizliğini sağlayan havalandırma, ses, yastık, battaniye gibi özel ihtiyaçlar, koltuk döşemesinin yeniliği, temizliği, kabin içi tasarımı, masaların durumu, tuvaletlerin temizliği gibi fiziki faktörler etki etmektedir (Yaylalı ve Dilek, 2009). Ayrıca bilet fiyatları, rezervasyon, uçuş bağlantıları da tüketicilerin havayolu şirketlerini tercih ederken dikkat ettiği faktörler arasında yer alır. Yolcuların sergilemiş olduğu tutum ve davranışlar, satın alma hususunda yeni hizmetler sunulması konusunda işletmelerin hangi alanlara yöneleceği hakkında fikir vermektedir (Canöz, 2018).

2.1.2. Havayolu Talebini Etkileyen Faktörler

Havacılık sektöründe talep, havayolu pazarında müşterilerin havayolu ürününü farklı fiyat seviyelerinde satın almak istedikleri veya alabilecekleri ürün ve hizmettir. Havayolu talebi demografik faktörlerden, coğrafi faktörlerden, ekonomik, psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerden etkilenmektedir. Müşterilerin gelir seviyesi, ürünün fiyatı ve ulaşımın sıklığı da havacılık sektöründe toplam pazar talebini de artırmaktadır. Havayolu talebini etkileyen faktörler beş alt başlık altında incelenmektedir (SHGM, 2015).

2.1.1.1. Demografik Faktörler

Nüfusun genç oranı, çalışan oranı, gelir durumu, eğitim durumu ve cinsiyet gibi parametreler havayolu talebini etkilemektedir. Örneğin, uzun iş uçuşlarında konfor ve daha iyi hizmet odaklı tercih yapan iş insanları olabileceği gibi hızlı ulaşım gözetken insanlar için sadece bir yerden başka bir yere ulaşım ihtiyacını gidermek amacıyla ucuz uçuş tercihi yapılabilir.

2.1.1.2. Coğrafi Faktörler

Ülkelerin ve illerin coğrafi konumları havayolu taşımacılığı talebini etkilemektedir. Örneğin dört tarafı denizlerle çevrili olan bir yer için deniz taşımacılığı uzun zaman aldığından ve iklimi sert olan bölgelere kara yoluyla ulaşım güç olduğundan havayolu

taşımacılığı tercih edilmektedir. Ayrıca havayolu ulaşımına olan talep mevsimlere, aylara ve hatta günlere göre değişkenlik göstermektedir. Tatil sezonunda yaz ayları talep yükselirken, kış aylarında düşüş gözlenmektedir.

2.1.1.3. Ekonomik Faktörler

Bir ülkede yaşayan bireylerin gelir seviyeleri havayolu ulaşım sektörünün tercih edilmesini etkilemektedir. Gelir seviyesi arttıkça gerek iş ve benzeri konularda ulaşım tercihi açısından gerekse de yakın ve uzak birçok yere seyahat etme arzusu ile havayolu ulaşım talebi artmaktadır.

2.1.1.4. Sosyo-Kültürel Faktörler

Kültürel etmenler, insanların ulaşım tercihlerine yön verebilmektedir. Milli ve dini bayramlar, aile ziyareti ve tatil gibi sebeplerle insanları içinde bulunduğu kültürel beklentiler çerçevesinde seyahate yönlendirmektedir. İnsanların tatil ihtiyaçları, tatil süreleri, tatil tercihleri havayolu taşımacılığına duyulan talebi etkilemektedir. Resmî tatiller, rekreasyonel amaçlı tatiller, spor müsabakaları, kültürel etkinlikler havayolu ulaşımına olan talebi etkilemektedir.

2.1.1.5. Psikolojik Faktörler

Müşterilerin satın alma tercihlerinde, duygu durum ve yaklaşımları, düşünceleri, olaylara bakış açıları, kavramlara karşı vermiş olduğu değer yargıları gibi psikolojik faktörler satın alma kararlarında etkilidir. Ek olarak, fikir ve inanışlar, müşterilerin satın alma kararlarında kesinlik kazanma açısından destekleyici unsurlardır (MEGEP,2012; aktaran, Eroğlu,2020). Örneğin, Yolcunun havaalanında daha iyi hizmet veren yabancı firmalar olmasına rağmen yerli üretici firma ve ürünlerini tercih etmesi.

2.1.3. Havacılık Sektöründe Verilen Hizmetler

Havayolu hizmetlerini üç temel kategoride; uçuş öncesi, uçuş ve uçuş sonrası hizmetler olarak belirtilebilir (Karaarslan, 2014). Uçuş öncesi hizmetler seyahatin başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Uçuş öncesi hizmetler, biletleme operasyonları, bagaj işlemleri, bekleme salonu hizmetleri, havalimanı içinde ve çevresinde yönlendirme levhaları, sağlık hizmetleri, finans hizmetleri, havalimanı içinde ve çevresinde ulaşım hizmetleridir. Uçuş sırasındaki hizmetler, kabin içi bagaj yerleşiminde sağlanan yardım, koltuk yerleşiminde sağlanan yardım, ikram hizmetleri, ilkyardım hizmetleri

içermektedir. Kabin hizmetleri uçuşun başlaması ile kabin memurlarının yolculara sağladığı hizmetlerdir. Örnek olarak sağlık, konfor, beslenme, eğlence, güvenlik hizmetleri verilebilir. Kabin hizmetleri alanında havayolu şirketleri fark yaratabileceğinden, rekabeti yüksek olan bu alanda içerik açısından zengin bir menü hizmeti sağlamak amaçlanmaktadır. Uçuş sonrası hizmetler ise havalimanı içerisindeki yönlendirme yardımı, havalimanı taşıma hizmetleri, bagaj teslim işlemleri, havalimanından servis işlemleri, araç kiralama hizmetleridir.

2.1.4. Havayolu Hizmetlerinde Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler

Hizmet kalitesi, somut bir kavram olmaması sebebiyle kalite açısından değerlendirmek kolay değildir. Ancak, müşteri istek ve arzularını yerine getirebilmek için sürekli büyüyen ve gelişen hizmet sektörü diğer sektörler kadar gerekli ve önemlidir. Hizmet sağlayıcılar, tüketicileri memnun etmek için beklentilerine her zaman yeteri kadar cevap veremeyebilir. Bu durumda hizmet arzını sağlayanlar taleplerdeki değişimlere göre gerekli düzenlemeler ile beklentilere cevap verebilmelidirler (Çırpın ve Kurt, 2016).

Havayolu ulaşımı sektör olarak ulaştırma sektörünün majör bir alt dalıdır. Operasyon alanı, bu operasyon faaliyetlerini yürüten kamu ve özel iştirakleri, kullanılan gelişmiş teknik materyalleri, kendine özgü altyapı ve iletişim sistemleri, nitelikli çalışan kaynağı, verilen hizmetlerden faydalanan tüketici topluluğu ile global boyutta çok boyutlu evrensel kanunlar çerçevesinde oluşmuş bir yapıdır. (DPT, 2001: aktaran, Okumuş ve Asil, 2007).

Havayolu hizmetlerinde yolcu tutum ve davranışlarını etkileyen faktörler aynı zamanda havayolu hizmet kalitesini de yansıtır. Uçuş emniyeti ve güvenliği, zamanında iniş ve kalkış, uçağın marka ve modeli, uçağın kabin tasarımı, ekonomik standardizasyon, bagajların teslim edilmesinden teslim alınmasına kadar ki bütün süreçte emniyeti ve gerek havayolu gerekse de uçak içi gürültü seviyesi yolcuların hizmet beklentilerine etki eden faktörler olarak sıralanabilir (Eroğlu,2020).

Müşteri beklentileri, istek ve arzuları ve beklentilerin karşılanmasına bağlı olarak duydukları memnuniyet düzeylerinin ölçülmesi işletmeler için kolay olmamaktadır. Müşterilerin isteklerine cevap verilebildikçe artan memnuniyet düzeyi talebi artıracak ve sonrasında bu duruma bağlı olarak işletme gelirlerinde de artış olacaktır. Bu kar artışını sağlamak için müşteri isteklerini ve müşterilerin yaşadıkları sorunları anlamak gerekmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda pazarlama stratejileri geliştirerek hizmet kalitesi artırılır (Tuncer, 2014).

Havalimanı işletmeleri, omlara en çok gelir sağlayan grup olarak müşterin memnuniyet düzeyini artırmak için yolculardan gelen şikayetlere en doğru şekilde çözümler üreterek hizmet vermelidirler. Bu çözümler sayesinde pazar paylarını artırma imkanları olacaktır. Artan pazar payına bağlı olarak da gelir artışları yaşanacaktır. Müşteri beklentilerini karşılayabilmek adına gelişen teknoloji ile eş zamanlı olarak yeniliklere ayak uydurulmalıdır. Bu yenilikler müşterilerin işletmelerden beklemiş olduğu hizmet kalitesinin belirleyici unsurlarındandır (Demir, 2019).

2.2. COVID-19

İnsanlık tarihi kadar eski olan hastalıklar zaman zaman salgın hastalık haline gelebilmektedir. Hiç şüphe yok ki salgın hastalıklar ortaya çıktıkları her dönemde insanlar üzerinde büyük etkilere sebep olmuştur. Bunun da sebebi sadece hasta olan bireyleri değil hastalığın bulunduğu bölgedeki ve bu bölgelerle etkileşim halinde bulunan bütün insanları etkilemesidir.

Salgın hastalıkları tanımlamak için bakıldığında halk sağlığı uzmanları ve biyologlar tarafından saptanmış, hastalığın yayılım boyutuna ve bölgesine göre dört farklı kavram ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar;

- Belirli bir topluluk veya bölgede gözlemlenen ayrıca birçok kişide tespit edilen salgın hastalığa endemi denir.
- Endeminin gözlemlendiği bölge sayısı artmaya başlar ve farklı farklı bölgelerde de gözlemlenme durumu oluşursa salgın terimi ortaya çıkar.
- Bir salgın kontrolden çıkarak bütün ülkede etkisini göstermeye başladığı zaman epidemi olarak tanımlanır.
- Salgın hastalık ülke sınırlarını aşarak aynı hastalık global boyutta gözlemlenmeye başlar ise bu durum pandemi olarak tanımlanır (Gögebakan, 2020).

Küresel salgın oluşumu için bazı etmenler vardır. Bu etmenler kendi arasında etkene ait faktörler ve bireye ait faktörler olmak üzere ikiye ayrılır.

Etkene ait faktörler;

- Mutasyona uğramış veya yeni etken,
- Etkenin enfektivitesi,
- Virülansı.

Bireye ait faktörler;

- Bireylerin bağışıklığı,
- Bireyler ve toplumlar arası etkileşim,
- Bireylerin salgın harici sağlıklarını etkileyen hastalıklar.

Ayrıca ek olarak koruyucu sağlık hizmetleri ve iklim faktörleri de küresel salgın oluşumuna etki etmektedir (Durmuş,2020).

SARS-CoV-2'nin neden olduğu bulaşıcı bir solunum yolu hastalığıdır. İlk vaka tespiti Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde yapılmıştır. Hızla yayılan hastalık birçok ülkede görülmesiyle birlikte Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla pandemi ilan edilmiştir. Yine aynı tarihte Türkiye'de ilk vaka tespit edilmiştir (Timoçin, 2021).

Covid-19 belirtileri ağır semptomlardan hiç belirti göstermemesine kadar geniş bir yelpazede incelenir. En bilinen semptomları baş ağrısı, yüksek ateş, koku ve tat kaybı, burun tıkanıklığı veya burun akıntısı, kas ağrıları ve nefes alma güçlüğü gibi belirtilerdir. Enfekte olan kişinin hapsirme, öksürme ya da konuşma, nefes alma gibi eylemleri ile havada oluşan damlacıkların ağız, burun ve göz gibi organlardan içeri girmesiyle bulaşmaktadır.

Covid-19 salgını halen devam etmekte olduğu için salgının sonucu hakkında ve olası süreç sonucunda nasıl sonuçlarla karşılaşılacağı sadece tahmin edilebilmektedir. Tarihte pandemilere yol açan birçok hastalık olmuştur. Bu hastalıklara bakarak süreç hakkında fikir sahibi olmak mümkün olabilir (Parıldar,2020). Tarihte yaşanmış bazı salgınlar;

2.2.1. Kara Veba Salgını

İnsanların ölümleri sonrası bedenlerinin kararmasından dolayı bu ismi alan veba hastalığı 1300'lü yıllarda Avrupa'da ortaya çıkan bir hastalıktır. Bu hastalığın ortaya çıkmasına sebep olduğu düşünülen birkaç sebep olmuştur. Nüfusun hızla artması sonucu yeterli gıda ihtiyacını karşılayabilmek için çeşitli orman ve bataklık arazilerinin tarım arazisine dönüştürülmesi ve buna bağlı doğal dengenin bozulması, halkların o dönemlerde temizlik anlayışlarının kötü olması ve iklim değişikliklerine bağlı olarak yapılan göçler dolayısıyla ortaya çıkıp hızla yayılan bu virüs milyonlarca insanın ölmesine sebep olmuştur (Tekin,2021).

2.2.2. Kolera

Vibrio cholerae bakterisinin sebep olduğu ishal ile kendisini belli eden bağırsak enfeksiyonudur. 1817 yılında Japonya da gözlemlenmeye başlamakla birlikte birçok farklı ülkede ve kıtada gözlemlenen hastalık ülkemizde de en şiddetli seviyesiyle Balkan Savaşları döneminde görülmüştür. Tedavisi basit olan bu hastalık tarihte çok yıkıcı ölümlere sebep olmuştur. Günümüzde de hala binlerce insanın hayatına son vermeye devam etmektedir (Aslan,2020).

2.2.3. İspanyol Gribi

İspanyol Gribi 1918-1920 yılları arasında H1N1 virüsünün bir alt türünden ortaya çıkan salgın hastalıktır. Virüsün aşırı yayılımı ve Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde yirmisinin enfekte olması sonucu 50-100 milyon skalasında ölüme sebebiyet verdiği düşünülmektedir. Bu ölüm sayısı da 1. Dünya Savaşı'nda savaş kaynaklı ölüm sayısından daha fazladır. 1. Dünya Savaşı'nın seyrini değiştiren İspanyol Gribi tarihin en büyük salgınlarından biridir (Durmuş,2020).

2.2.4. Hong Kong Gribi

İlk defa Hong Kong'da görülen bu grip aynı zamanda Çin veya Asya Gribi olarak da adlandırılmaktadır. 1968-1969 yılları arasında bir milyona yakın insan ölümüne sebep olan virüs global çapta etkisini göstermiştir. Yaşlı insanlarda daha yüksek öldürücü etkisi olan virüsün aşısı ise 1968 yılında ABD'de salgınların gözlemlenmeye başlamasından bir ay kadar süre sonra bulunmuştur (Aslan,2020).

2.2.5. Çiçek Hastalığı

Her yaşta görülen bu hastalık çocuklarda daha sık olarak gözlemlenmektedir. Yüzde iz bırakacak şekilde irinli kabarcık dökülmesine sebep olan, bulaşıcılığı yüksek ve bulaştığı kişilerde ağır seyreden hastalıktır. 20 milyondan fazla insanın ölümünden sorumlu olan bu virüsün bir başka ismi de Variola'dır. Hastalığın aşısı 1700' lü yıllarda bulunmuştur. Tarihte bilinen ilk aşı bu hastalığın aşısıdır (Aslan,2020).

2.2.6. Domuz Gribi

Domuzlara özgü influenza A virüslerinden birisi H1N1 tarafından oluşturulan, domuzlardan insanlara bulaştığı gibi insandan insana da bulaşma hızı da oldukça yüksek olan solunum yolu enfeksiyonudur. İlk vaka tespiti 24 Nisan 2009 tarihinde yapılmıştır.

Meksika’da başlayan virüs küresel yayılım göstererek yüzbinlerce kişiye bulaşmıştır. Dünya sağlık örgütüne bildirilen ölüm sayısı 5700 kişidir (Durmuş,2020).

2.2.7. Kuş Gribi

Virüslerin sebep olduğu hastalığın öldürücülüğü yüksektir. Zatürre ve solunum sorunlarına sebep olabilir. Vücut virüs kaynaklı yeteri kadar oksijen alamazsa morarma eğilimi gösterir. Bu morarmadan kaynaklı mavi ölüm olarak da adlandırılmaktadır. 2005-2008 yılları arasında ortaya çıkan bu hastalığın henüz tedavisi yoktur. Aşı ile koruma sağlanan virüs, hayvanlarda tespit edilmesi durumunda o hayvanların itlaf edilmesi gerekmektedir (Aslan,2020).

2.2.8. HIV/AIDS

İnsan immün yetmezlik virüsü (HIV) bağışıklık sistemine saldıran bir virüstür. AIDS ilk olarak görüldüğü yer Amerikan eşcinsel topluluklar olmasına rağmen 1920’li yıllarda Batı Afrika bölgesinde şempanze virüsünde gelişerek ortaya çıktığı düşünülmektedir. Afrika’dan Karayip ve Haiti’ye oralardan da ABD’ye taşınan virüs, ABD’nin diğer ülkeler ile olan etkileşimi sebebiyle dünyanın geri kalanına yayıldı. Salgının başladığı günden itibaren 70 milyondan fazla insana bulaşan virüs 35 milyondan fazla insanın hayatını kaybetmesine sebep olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre 2018 yılında enfekte bir şekilde yaşayan insan sayısı yaklaşık olarak 38 milyondur. AIDS Günümüzde de devam eden salgın bir hastalıktır (Ahmadı, Şirin ve Ergüder,2020).

Bazı hastalıkların incelendiği üzere Grip, Veba ve Kolera gibi hastalıklar pandemi olarak ortaya çıkmıştır. Bu hastalıklara ek olarak çıktığı bölgelerde etkisini gösteren endemi ve epidemiler de insan sağlığını olumsuz etkilemiş ve tarihte toplu ölümlere sebebiyet vermiştir. Bu hastalıklar arasında en çok etki edenleri Çiçek, Kabakulak, Kızamık, HIV/AIDS, Sıtma gibi hastalıklardır. Sonuç olarak insanlık tarihi boyunca yerel veya global ölçekte birçok hastalık ile mücadele etmiştir. Kimi hastalıklar büyük savaşlardan daha etkili ve daha yıkıcı sonuçlar doğurmuştur. İnsanlar salgınlar ile karşılaştıkça onları ortadan kaldırmak için de hep bir yöntem arayışı içinde olmuşlardır (Tunç ve Atıcı,2020).

2.3. COVID-19’ un Türkiye’de Havacılık Sektörüne Etkileri

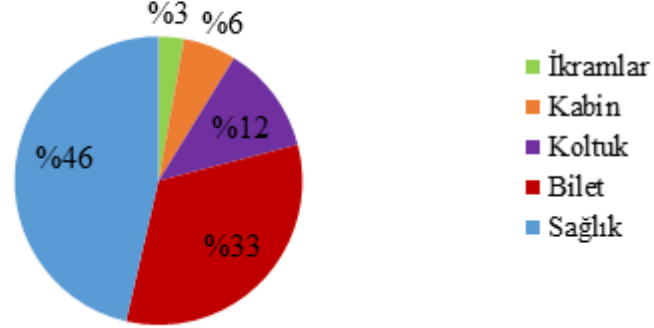
Türkiye’de ICAO Hava Seyrüsefer Planlarında tanımlanan 21 adet uluslararası havaalanı bulunmaktadır.2015 nüfus verileri kullanılarak, Türkiye nüfusunun %75,28’i uluslararası

bir havaalanına 100 KM mesafede yaşıyor. Uluslararası bir havaalanına en az bir düzenli bağlantısı olan yurt içi havaalanları da dikkate alındığında, toplam 43 havaalanı ile nüfusun genel erişilebilirliği %91,34 olmaktadır. %74,41 genel erişilebilirliğe sahip olan Dünya grubuna kıyasla Türkiye, grubun genel erişilebilirliğinden daha erişilebilir durumdadır (ICAO,2021).

Türkiye’de seyahatlere ilişkin alınan bazı kararlar şunlar olmuştur:

- Uluslararası uçuşlar Sağlık Bakanlığı ile ortak çalışma sonucunda 5 Şubat 2020 tarihi itibarıyla durdurulmaya başlamış ve 27 Mart itibarıyla bütün dış hat uçuşları durdurulmuştur (Cumhurbaşkanlığı İletişim Yayınları Başkanlığı Yayınları,2021).
- T.C. İçişleri Bakanlığı tarafından alınan karara göre 14 Mart 2020 saat 08.00’den itibaren 17 Nisan 2020 tarihine kadar Almanya, Avusturya, Hollanda, Belçika, Norveç, İsveç, Danimarka, İspanya, Fransa ülkelerine mensup vatandaşların Türkiye’ye girişleri kısıtlanmıştır.
- 21 Mart 2020 tarihli Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu kararlarına göre; 21 Mart 2020 saat 17.00 itibarıyla 46 ülkeye daha uçuşlar durdurulmuştur. Böylelikle Türkiye’den uçuşların yasaklandığı ülke sayısı toplamda 68 olmuştur.
- Nisan 2020 itibarıyla tüm iç hat uçuşları durdurulmuştur.
- Havaalanı Pandemi Tedbirleri ve Sertifikasyonu Genelgesi ve ekinde yer alan Havaalanı KOVİD-19 Standartları Rehberindeki gereklilikler işletilen tüm havalimanlarında yerine getirilmiş ve bu kapsamda Türkiye’de ki havalimanları sertifikalandırılmıştır.
- ICAO, ACI, IATA, EASA vb. ilgili havacılık otoritelerince yayımlanan bütün yayınlar incelenerek gerekli ve önemli görülen kısımların Türkçe çevirileri yapılmış ve bu çeviriler Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığının kullanımı için tahsis edilmiştir.
- İç hat uçuşları 1 Haziran 2020 ve dış hat uçuşları yapılan karşılıklı anlaşmalar ile 11 Haziran 2020 itibarıyla kademeli olarak tekrar uçuş faaliyetleri başlamıştır (Cumhurbaşkanlığı İletişim Yayınları Başkanlığı Yayınları,2021).

Hava Yolu Taşımacılığı Hizmetlerinde Önemli Olan Unsurlar



Şekil 2: Havayolu Taşımacılığında Önemli Olan Hususlar

Kaynak: Özkan, T. (2021). Covid 19 sürecinde havacılık sektöründe tüketici davranışları. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 13(1), 687-700.

Şekil 2'ye göre pandemi öncesinde asgari bir kez havayolu ile seyahat etmiş bazı yolculara havayolu ulaşımında en önemli kriter ya da kriterlere yönelik bazı sorular sorulmuştur. Bu yolcuların sağlık, bilet fiyatları, koltuk konforu, kabin hizmetlerinin kalitesi ve ikram hizmetleri gibi konularda görüşleri alınmıştır. Yapılan çalışma sonucunda katılımcıların en çok sağlık ve sağlığı takip eden bilet fiyatları konusuna hassasiyet gösterdikleri gözlemlenmektedir (Özkan,2021).

2.4. COVID-19' un Dünya'da Havacılık Sektörüne Etkileri

Covid-19 salgını birçok sektörde olduğu gibi havacılık sektörünü de olumsuz yönde etkilemiştir. Dünya havacılık sektörü salgının başlamasıyla %60 küçülme yaşamıştır. 2020 yılında havayolu şirketlerinin gelir kaybı bir önceki seneye göre 350 milyar dolar seviyelerine ulaşacağı ve 26 milyon sektör çalışanının iş devamlılık durumunun risk altında olacağı öngörülmüştür (Cumhurbaşkanlığı İletişim Yayınları Başkanlığı Yayınları,2021).

Covid- 19 virüsünün yayılımını önlemek amacıyla kıtalar arası havayolu ulaşımının kısıtlanması ve durdurulması hava taşımacılığını olumsuz yönde etkilemiştir. Havalimanlarının ulaşım, ticaret merkezi ve alışveriş merkezi olma özellikleri havalimanlarındaki hareketliliği arttırmaktadır. Bu nedenle pandemi sürecinde havayolu ulaşımının sebep olduğu bu hareketliliği ve virüsün yayılım gücünü kırmak için ulaşım durdurulmuştur.

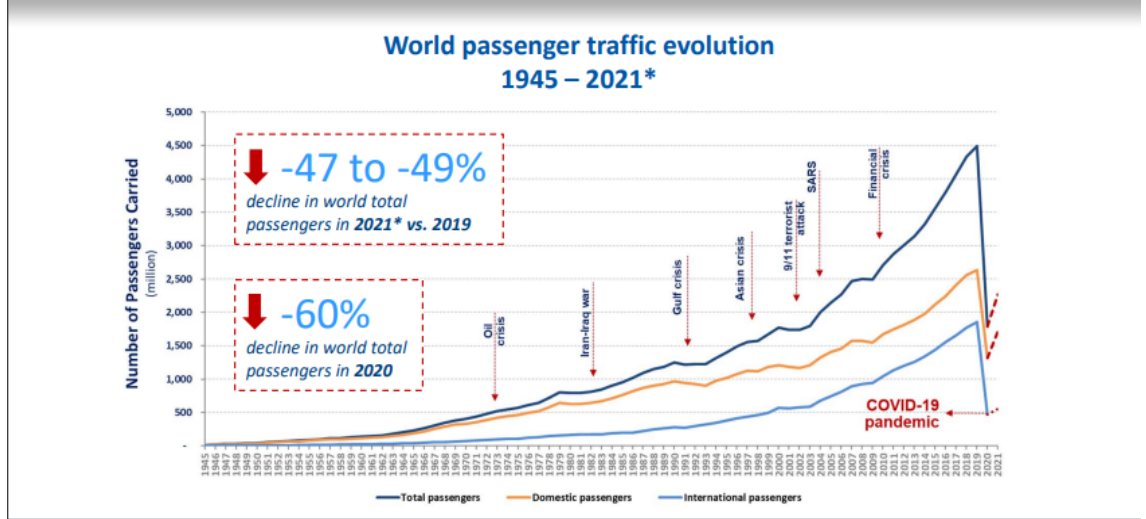


Şekil 3: Dünya’ da Covid- 19 Salgını Haritası

Kaynak: Kurt, Y. (2020). Covid-19 Salgın Döneminde Hava Taşımacılığının Yeniden Başlatılması: Yolcuları ve Havacılık Personelini Korumak için Temel Önlemler. *Gaziantep University Journal of Social Sciences 19 (COVID-19)*, 191-211. DOI: 10.21547/jss.758434

Covid 19 salgını ile mücadelede tüm ülkeler önlemler alarak halk sağlığını korumak amaçlanarak bazı önlemler almışlardır. 2019 ve 2020 yıllarının mayıs ayı karşılaştırması yapıldığı zaman Avrupa’ da uçuşlar %90 dan fazla azalma göstermiştir. Ancak kısıtlamaların esnetildiği ülkelerin yaz dönemlerinde ise hava trafiğinde tekrar artışlar gözlemlenmiştir (Kurt, 2020).

Tarihin en büyük havacılık krizi Covid-19 pandemisi ile yaşanmaktadır. Geçmişte yaşanan ve kronolojik sıra ile havacılık krizlerine sebep olan bazı olaylar; petrol krizi, İran-Irak savaşı, körfez savaşı, Asya krizi, 11 Eylül saldırıları, Sars virüsü ve son olarak da 2009 finansal krizidir. Bu krizler sonunda oluşan etkilerden dolayı havacılık sektörü de etkilenmiştir. Ancak, tarihte hiçbir kriz global ölçekte Covid-19 kadar etkili olmamıştır. Uçuşlar eşi görülmemiş şekilde dramatik düşüşler yaşamıştır.



Şekil 4: Dünya Yolcu Trafiği Gelişimi

Kaynak: International Civil Aviation Organization. (2021). Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis. Erişim adresi: https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf (Erişim Tarihi: 23.09.2021).

Şekil 4’de görüldüğü üzere 2020’de dünya toplam yolcu sayısında düşüş %60 olarak gerçekleşti. 2019-2021 yılları arası karşılaştırma yapıldığında ise %47-%49 aralığında dünya toplam yolcu sayısında düşüş gözlemlenmektedir. Buradan 2019-2020 yılları arasında oluşan olağanüstü düşüş sonrası 2020-2021 yılları arası karşılaştırma yapıldığı zaman tekrar toparlanma olmaya başlamıştır.

Tablo 4’de verilen bilgilere göre 2019 ve 2020 yılları karşılaştırıldığı zaman 2020 yılında yaşanan azalma oranları gözükmemektedir. Kapasite azalışı yüzde olarak en çok Orta Doğu’da gerçekleşmiştir ve bu oran %60’dır. Kapasite azalış oranı en düşüklerden olan Asya ve Pasifik bölgesinde ise nüfusun getirdiği sonuç olarak yolcu sayısında azalma miktarı en çok olan bölgedir. Asya Pasifik bölgesinin yolcu sayısı 921 milyon yolcu olarak gerçekleşmiştir. Asya Pasifik bölgesindeki maddi kayıp yine en yüksek miktarda 120 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. Tablodan yola çıkarak 2020 yılında toplam maddi kayıp 370 milyar USD’dir.

Tablo 4: 2019-2020 Yılları için Bölgelere Göre Yolcu Trafiği ve Gelirleri Üzerindeki Tahmini Etki

	Kapasitede Azalma	Yolcu Sayısında Azalma (Milyon)	Maddi Kayıp (USD)
Afrika	%58	78	14 Milyar
Asya ve Pasifik	%45	921	120 Milyar
Avrupa	%58	769	100 Milyar
Latin Amerika	%53	199	26 Milyar
Orta Doğu	%60	132	22 Milyar
Kuzey Amerika	%43	599	88 Milyar

Kaynak: International Civil Aviation Organization. (2021). Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis. Erişim adresi: https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf (Erişim Tarihi: 23.09.2021).

2.4.1. 2020 yılı sonuçları ve 2021 görünümü: Dünya toplam yolcu trafiği

2019 seviyelerine kıyasla 2020 yılı için dünya tarifeli yolcu trafiği üzerindeki COVID-19 etkisi incelendiğinde havayolları tarafından sunulan koltukların %50'sinde genel azalma, yolcu kapasitesinde %60 azalma ve havayollarının brüt yolcu işletme gelirlerinde yaklaşık olarak 371 milyar ABD doları kayıp yaşanmıştır. COVID-19'un 2021 yılı için dünya tarifeli yolcu trafiği üzerindeki etkisi (ön tahminler), 2019 seviyelerine kıyasla incelendiği zaman havayolları tarafından sunulan koltukların genel olarak %39 oranında azalma, yaklaşık %50 yolcu azalması ve havayollarının brüt yolcu işletme gelirlerinde yaklaşık olarak 325 milyar USD kayıp yaşanmıştır. 2019-2020 ve 2019-2021 yılları arasında karşılaştırmalı inceleme sonucunda 2019-2021 yılları arasında yapılan karşılaştırma sonuçlarının 2019-2020 yılları arasında yapılan karşılaştırma sonuçlarına göre daha az etkilendiği gözükmemektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere 2020 yılında Covid-19 pandemisi ile yıkıma uğrayan sivil havacılık sektörü kayıpları 2021 yılında da devam etse de etkisi giderek azalmıştır. 2021 yılında yapılan uçuş sayıları, yolcu sayıları, koltuk kapasiteleri ve bunlara bağlı olarak sektör gelirleri geliri 2020 yılı ile karşılaştırınca artış göstermiştir (ICAO,2021).

2.4.2. 2020 yılı sonuçları ve 2021 görünümü: Dış ve iç yolcu trafiği

Uluslararası yolcu trafiği 2019 ve 2020 yılları arasında incelendiği zaman havayolları tarafından sunulan koltukların toplamda %66, yolcu sayısında azalma %74 ve brüt zarar havayollarının faaliyet gelirleri 250 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Uluslararası yolcu trafiği 2019 ve 2021 yılları arasında incelendiği zaman havayolları tarafından sunulan koltukların toplamda yaklaşık %61, yolcu sayısında azalma %72 ve brüt zarar havayollarının faaliyet gelirleri yaklaşık 251 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Uluslararası yolcu trafiği incelendiğinde 2019-2020 ve 2019-2021 yılları karşılaştırıldığında 2020 ve 2021 yılları arasında belirgin bir fark gözlemlenmemiştir.

Yurtiçi yolcu trafiği 2019 ve 2020 yılları arasında incelendiği zaman havayolları tarafından sunulan koltukların toplamda %38, yolcu sayısında azalma %50 ve brüt zarar havayollarının faaliyet gelirleri 120 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Yurtiçi yolcu trafiği 2019 ve 2021 yılları arasında incelendiği zaman havayolları tarafından

sunulan koltukların toplamda %23, yolcu sayısında azalma %33 ve brüt zarar havayollarının faaliyet gelirleri yaklaşık 74 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2019-2020 ve 2019-2021 yılları arasında yurtiçi yolcu trafiği verileri incelendiği zaman 2020 ve 2021 yılları arasında belirgin bir fark gözlemlenmiştir. 2021 yılında 2019 yılına göre kapasite verileri olumsuz olsa da 2020 yılına göre kapasite artışı gerçekleşmiştir (ICAO,2021).



BÖLÜM 3: COVID- 19 PANDEMİ SÜRECİNDE TÜRKİYE’DE HAVACILIK SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE HİZMET KALİTESİ ALGILARININ ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı havayolu kullanan tüketicilerin pandemi ile birlikte aldıkları hizmetlerden memnuniyet durumlarını tespit etmektir. Havalimanlarının ve havayolu şirketlerinin aldığı tedbirlerin tüketici üzerindeki etkilerini görebilmek için gerekli bir çalışmadır. Covid-19 pandemisi ile ilgili havayolu ulaşımı üzerindeki etkileri inceleyen literatür çalışmaları çok kısıtlı düzeydedir. Araştırmanın katkısı ve olası çıktıları ise araştırma konusunun güncel ve yeni bir konu olması sebebiyle daha sonraki çalışmalarda, konuyla ilgili makale, bildiri ve kitap yazarken bu araştırma yararlı olacaktır.

3.2. Araştırmanın Önemi

Araştırma sonunda elde edilen bulgular, sektörde hizmet sağlayıcıları için değişen tüketici tutum ve davranışları, hizmet beklentilerindeki değişiklikleri göz önüne alınarak kaliteyi korumak ve tüketici beklentileri karşılama düzeylerini artırmak, stratejilerini geliştirmek, mevcut durumda ve gelecekte örnek bir kılavuz oluşturmak için yol gösterici çalışmadır.

3.3. Ana Kitle ve Örneklem

Çalışmanın evreni Türkiye’de havayolu ulaşımı kullanan ve pandemide en az bir kere havayolu ulaşımı kullanmış tüketicilerden seçilmiştir. Pandemi koşullarından dolayı online anket yöntemi uygulanmıştır. Kolayda örneklem yöntemi kullanılarak 240 kişiye ulaşılmış, ancak yapılan değerlendirme sonucu bazı anketlerin geçersiz olduğunun tespit edilmesiyle geçerli anket sayısı 206 olmuştur.

3.4. Anketin Yapısı ve Hazırlanması

Araştırmada kullanılan anket formu oluşturulurken literatür çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmalar bir uzman tarafından incelendikten sonra yapılan pilot çalışmalar neticesinde uygun görülen birtakım ifadeler eklenerek uygulamalar yapılmıştır. Anket toplamda 77 sorudan oluşmaktadır.

Ankette yer alacak sorular belirlenirken havacılık sektörü üzerine yapılmış literatürdeki aşağıdaki çalışmalardan yararlanılmıştır.

- Havaalanı pandemi tedbirleri ve sertifikasyonu genelgesinde yer alan Covid-19 pandemi sürecine ilişkin önlemler kapsamında sertifikasyon sürecinde dikkate alınacak standart başlıkları (SHGM,2020),
- Sivil havacılık sektöründe müşteri eğilimlerini etkileyebilecek faktörler (Kaya,2018),
- Sivil havacılık sektöründeki hizmet yeniliklerinin algılanan hizmet kalitesi ve yolcu memnuniyetlerine etkileri (Demir,2019),
- Havayolu ile yolcu taşımacılığında müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: İstanbul hava limanları örneği (Topal, Şahin ve Topal, 2019) ve
- Havalimanı terminal perakendecilik hizmetlerinin satın alma davranışına etkisi: Muğla Dalaman ve Antalya dış hatlar terminal örneği (Tuncer,2014).

Bu çalışmalardaki anket soruları ve ifadeler incelenmiş, yapılacak olan tezin amacına uygun sorular tespit edilmiştir. Yapılan incelemelerden sonra tespit edilen bu sorular araştırmaya uyumlu olması için gerekli düzenlemeler yapılarak araştırmanın soru formuna uyarlanmıştır.

Anket soruları hazırlanırken havalimanları ve havayolu firmalarında verilen hizmetlerin yanında pandemi koşulları göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. 50 kişi üzerinde pilot çalışma yapıldıktan sonra anket son halini almış ve yayınlanmaya hazır olmuştur.

Anketin ilk bölümünde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili kısım yer almaktadır. Demografik özellikleri takip eden havayolu kullanım alışkanlıkları bilgilerinden sonra pandemi öncesi ve sonrasında havalimanı ve havayolu hizmetleri ile ilgili 5 noktalı Likert soru bölümleri yer almaktadır. Ayrıca Likert soruların yanında fikrim yok seçeneği de bulunmaktadır.

3.5. Veri Toplama Süreci

Araştırma 2021 yılı Mayıs ayında online olarak gerçekleştirilmiştir. Onlineanketler.com sitesi aracılığı ile oluşturulan anket formu yine aynı sitenin link paylaşımı ile birçok farklı platformda duyurularak 206 kişilik hedef kitleye ulaşılmıştır.

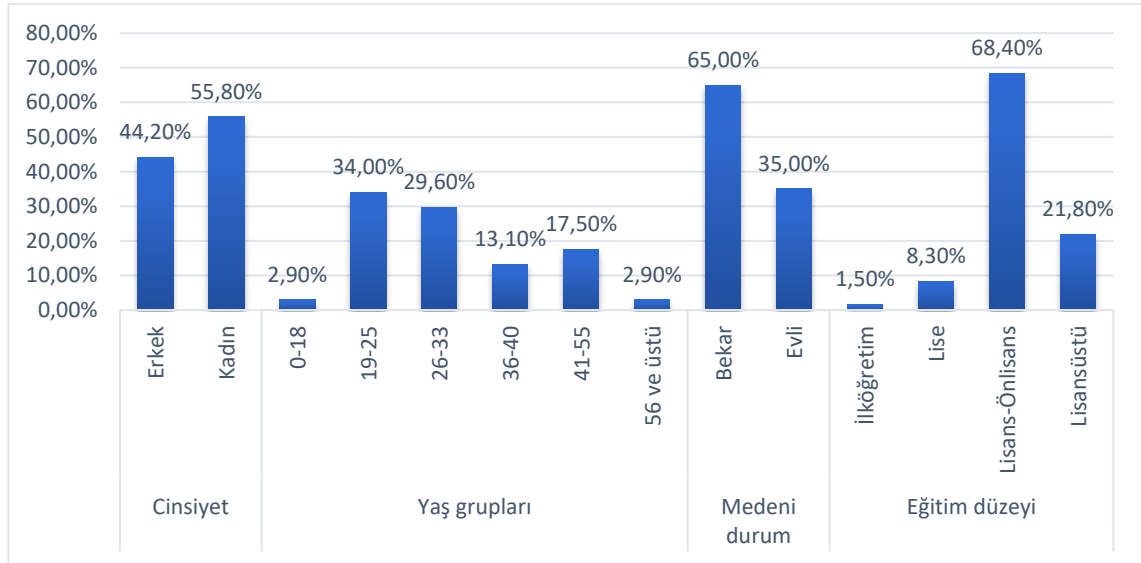
3.6. Analiz Yöntemi

Bu çalışma Covid-19 pandemi sürecinde Türkiye’de havacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi algılarının analizini ölçmektedir. Bu çalışmada faktörlerin araştırılmasında tanımlayıcı istatistiki analizler, faktör analizi, t-testi ve anova testleri uygulandı. Anket verileri SPSS 24.0 programı ile analiz edildi.

3.7. Veri Analizi ve Bulgular

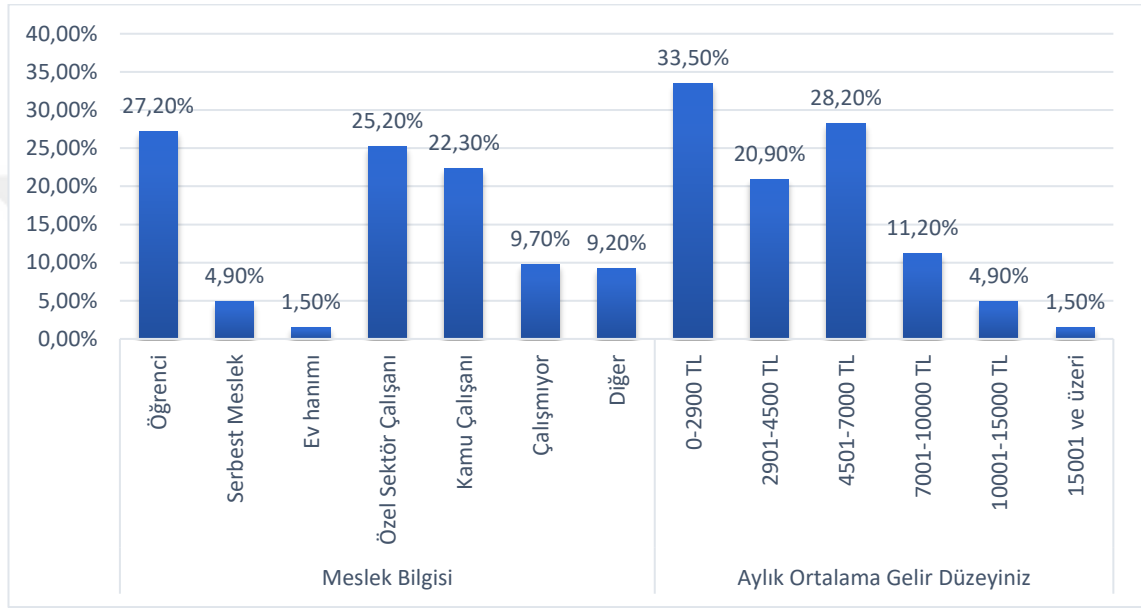
Araştırmada istatistiksel analizler için SPSS 24.0 (IBM) programı tercih edilmiştir. Araştırmada yer alan; Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM), Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM), Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM, Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) ve Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) için ayrı ayrı açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonrasında oluşan boyutlar için güvenilirlik ve iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach’s alpha değerleri hesaplanmıştır. Örneklemin demografik özellikleri ve uçuş tercihleri kategorileri ile analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında bağımsız örneklem t testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

3.7.1. Demografik Özellikler ve Uçuş Tercihleri



Şekil 5: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum ve Eğitim Düzeyleri Dağılımı

Şekil 5’de verilen bilgilere göre katılımcıların cinsiyet dağılımında %55,8 oranında kadın ve %44,2 oranında erkek yer almaktadır. Yaş gruplarında ise 0-18 yaş %2,9, 19-25 yaş %34,0, 26,33 yaş %29,6 ,36-40 yaş %13,1, 41-55 yaş %17,5, 56 ve üzeri %2,9 oranında dağılım göstermiştir. Medeni durum dağılımında %65,0 oranında bekar, %35,0 oranında ise evli mevcuttur. Katılımcıların eğitim düzeyleri %1,5 oranında ilköğretim, %8,3 oranında lise, %68,4 oranında lisans-ön lisans, %21,8 oranında lisansüstü şeklinde dağılım göstermiştir.



Şekil 6: Katılımcıların Meslek ve Gelir Durumu Dağılımı

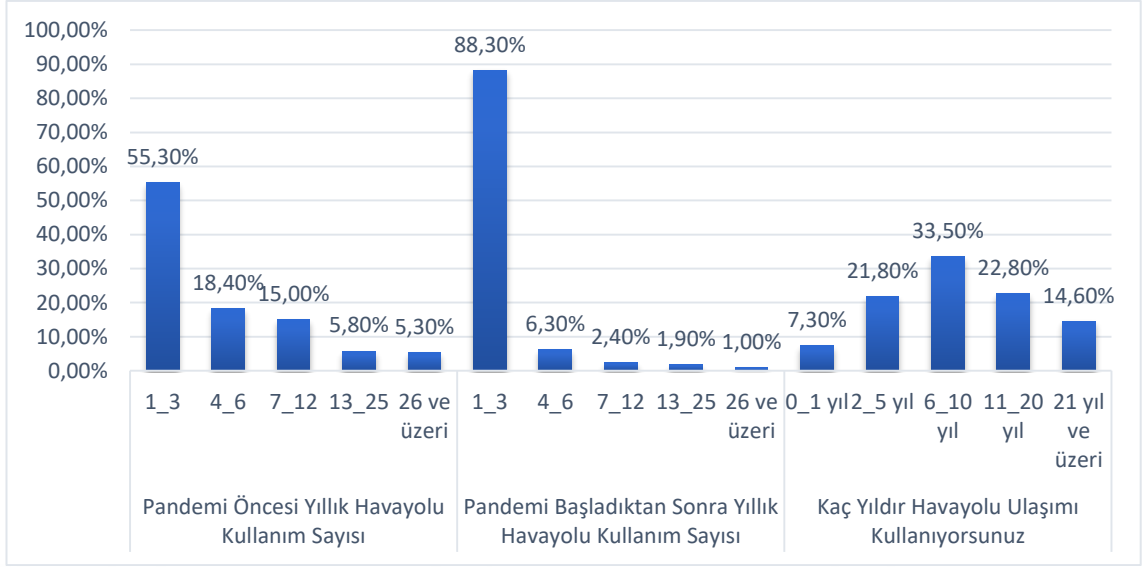
Şekil 6’da verilen bilgilere göre katılımcılarda %27,2 oranında öğrenci, %4,9 oranında serbest meslek, %1,5 oranında ev hanımı, %25,2 oranında özel sektör çalışanı, %22,3 oranında kamu çalışanı ve %9,7 oranında çalışmayan grubu bulunmaktadır. Katılımcıların gelir grubu dağılımlarında %33,5 oranında 0-2900 TL grubu, %20,9 oranında 1901-4500 TL grubu, %28,2 oranında 4501-7000 TL grubu, %11,2 oranında 7001-10000TL grubu, %4,9 oranında 10001-15000TL grubu, %1,5 oranında 15001 TL ve üzeri gelir grubu yer almaktadır. Yüzdelik dilimleri grafikte görülen demografik bilgilerin frekans tablosu tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Frekansları ve Yüzdelikleri

		f	%
Cinsiyet	Erkek	91	44,2%
	Kadın	115	55,8%
	Toplam	206	100,0%
Yaş grupları	0-18	6	2,9%

	19-25	70	34,0%
	26-33	61	29,6%
	36-40	27	13,1%
	41-55	36	17,5%
	56 ve üstü	6	2,9%
	Toplam	206	100,0%
Medeni durum	Bekar	134	65,0%
	Evli	72	35,0%
	Toplam	206	100,0%
Eğitim düzeyi	İlköğretim	3	1,5%
	Lise	17	8,3%
	Lisans-Önlisans	141	68,4%
	Lisansüstü	45	21,8%
	Toplam	206	100,0%
Meslek Bilgisi	Öğrenci	56	27,2%
	Serbest Meslek	10	4,9%
	Ev hanımı	3	1,5%
	Özel Sektör Çalışanı	52	25,2%
	Kamu Çalışanı	46	22,3%
	Çalışmıyor	20	9,7%
	Diğer	19	9,2%
	Toplam	206	100,0%
Aylık Ortalama Gelir Düzeyiniz	0-2900 TL	69	33,5%
	2901-4500 TL	43	20,9%
	4501-7000 TL	58	28,2%
	7001-10000 TL	23	11,2%
	10001-15000 TL	10	4,9%
	15001 ve üzeri	3	1,5%
	Toplam	206	100,0%

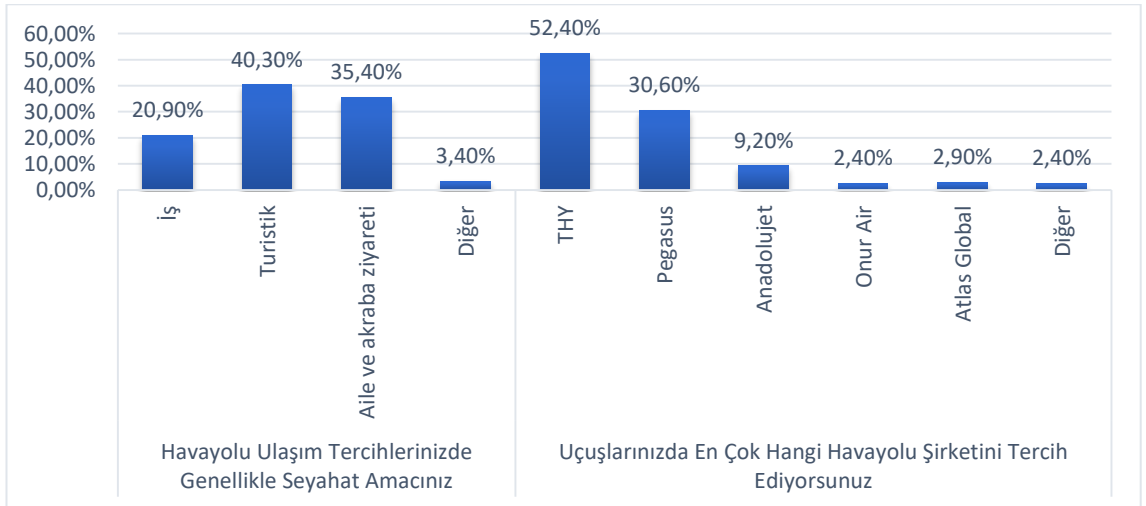
Şekil 7’de verilen bilgilere göre katılımcıların pandemi öncesi havayolu kullanımında yıllık 1-3 kere kullanan %55,3, 4-6 kez kullanan %18,4, 7-12 kez kullanan %15,0, 13-25 kez kullanan %5,8, 26 ve üzeri defa kullanan ise sadece %5,3 olarak kaydedilmiştir.



Şekil 7: Katılımcıların Pandemi Öncesi-Sonrası Havayolu Kullanımı ile Havayolu Kullanım Sıklık Bilgileri Dağılımı

Katılımcıların pandemi sonrası havayolu kullanımı yıllık 1-3 kere kullanan %88,3, 4-6 kez kullanan %6,3, 7-12 kez kullanan %2,4, 13-25 kez kullanan %1,9, 26 ve üzeri defa kullanan ise sadece %1 olarak gerçekleşmiştir.

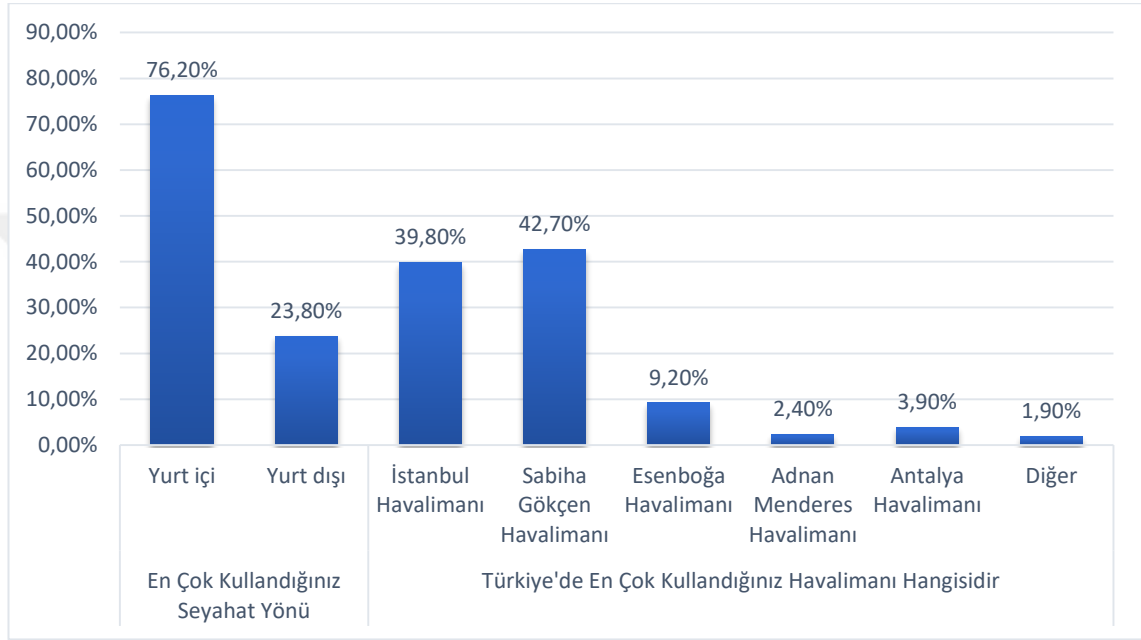
Katılımcılarda 1 yıldır havayolunu kullanan %7,3, 2-5 yıldır havayolunu kullanan %21,8, 6-10 yıldır havayolunu kullanan %33,5, 11-20 yıldır havayolunu kullanan %22,8, 21 yıl ve üzeri havayolunu kullanan ise %14,6 şeklinde dağılım göstermiştir.



Şekil 8: Katılımcıların Havayolu Seyahat Amacı ile Havayolu Firma Tercihleri Dağılımı

Şekil 8’de verilen bilgilere göre havayolunu kullanım amacında %20,9 oranında iş amaçlı, %40,3 oranında Turistik amaçlı, %35,4 oranında aile ve akraba ziyareti amaçlı, +3,4 oranında ise diğer amaçlarla kullanıldığı anlaşılmıştır.

Havayolu firması tercihinde THY %52,4 oranında, Pegasus %30,6 oranında, Anadolujet %9,2 oranında, Onur Air %2,4 oranında, Atlas Global %2,9 oranında diğer havayolu firmaları %2,4 oranında tercih edilmektedir.



Şekil 9: Katılımcıların Havayolu Seyahat Yönü ile Havalimanı Kullanım Sıklıkları Dağılımı

Şekil 9’da verilen bilgilere göre en çok kullanılan seyahat yönü olarak katılımcılar %76,2 oranında yurt içi, %23,8 oranında yurt dışı tercih etmektedir.

En çok kullanılan havalimanları oranında, Sabiha Gökçen %42,7 ile ilk sırada yer almıştır. Daha sonra ise İstanbul havalimanı %39,8 ile ikinci, Esenboğa havalimanı %9,2 ile üçüncü, Antalya Havalimanı %3,9 ile dördüncü, Adnan Menderes Havalimanı %2,4 ile beşinci sırada yer almıştır. Katılımcıların uçuş özelliklerini gösteren frekans ve yüzdelik bilgileri tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6: Katılımcıların Uçuş Özelliklerinin Frekansları ve Yüzdelikleri

		n	%
Pandemi Öncesi Yıllık Havayolu Kullanım Sayısı	1-3	114	55,3%
	4-6	38	18,4%
	7-12	31	15,0%
	13-25	12	5,8%
	26 ve üzeri	11	5,3%
	Toplam	206	100,0%

Pandemi Başladıktan Sonra Yıllık Havayolu Kullanım Sayısı	1-3	182	88,3%
	4-6	13	6,3%
	7-12	5	2,4%
	13-25	4	1,9%
	26 ve üzeri	2	1,0%
	Toplam	206	100,0%
Kaç Yıldır Havayolu Ulaşımı Kullanıyorsunuz	0-1 yıl	15	7,3%
	2-5 yıl	45	21,8%
	6-10 yıl	69	33,5%
	11-20 yıl	47	22,8%
	21 yıl ve üzeri	30	14,6%
	Toplam	206	100,0%
Havayolu Ulaşım Tercihlerinizde Genellikle Seyahat Amacınız	İş	43	20,9%
	Turistik	83	40,3%
	Aile ve akraba ziyareti	73	35,4%
	Diğer	7	3,4%
	Toplam	206	100,0%
Uçuşlarınızda En Çok Hangi Havayolu Şirketini Tercih Ediyorsunuz	THY	108	52,4%
	Pegasus	63	30,6%
	Anadolujet	19	9,2%
	Onur Air	5	2,4%
	Atlas Global	6	2,9%
	Diğer	5	2,4%
En Çok Kullandığınız Seyahat Yönü	Toplam	206	100,0%
	Yurt içi	157	76,2%
	Yurt dışı	49	23,8%
Türkiye'de En Çok Kullandığınız Havalimanı Hangisidir	Toplam	206	100,0%
	İstanbul Havalimanı	82	39,8%
	Sabiha Gökçen Havalimanı	88	42,7%
	Esenboğa Havalimanı	19	9,2%
	Adnan Menderes Havalimanı	5	2,4%
	Antalya Havalimanı	8	3,9%
	Diğer	4	1,9%
	Toplam	206	100,0%

3.7.2. Güvenilirlik ve İç Tutarlılık Analizi

Araştırmada kullanılan Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Analizi, Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM) Analizi, Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Analizi, Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Analizi, Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile

Yolculuğa Bakış (HYB) analizlerinin toplam güvenilirlik değerleri ile , boyut bazlı güvenilirlik değerleri için Cronbach's alpha katsayısı hesaplanmıştır. Katsayı değerleri ile boyutlara ait ortalama ve Standart sapma değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 7:Araştırmada Yer Alan Analizlere Ait Güvenilirlik Katsayıları Tablosu

Boyutlar	AO	SS	Cronbach's Alpha
Çalışanlardan memnuniyet	3,70	1,08	,843
Web sitesi memnuniyeti	3,25	1,54	,815
Ek hizmetlerden memnuniyet	2,96	1,58	,801
Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	3,35	1,35	,812
Çalışanlardan memnuniyet	4,04	,66	,876
Uçuş hizmetleri ve konfor	3,24	,93	,814
Web-online işlemler	4,00	,79	,811
Dakiklik	3,84	,70	,890
Sorun çözme	3,09	1,22	,818
Genel Hizmetler	4,03	,61	,805
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	3,71	,59	,919
Genel tedbirler	3,31	1,19	,872
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	2,89	1,58	,811
Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet	3,10	1,26	,957
Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet	3,91	1,40	,916
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	3,90	1,17	,749

Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet Analizinde genel güvenilirlik değeri (,812) bulunduğundan “yüksek güvenilirlik” düzeyindedir. Alt boyutlarda ise Çalışanlardan memnuniyet boyutunda (,843), Web sitesi memnuniyeti boyutunda (,813) ve Ek hizmetlerden memnuniyet boyutunda (,801) olmak üzeri tamamında “yüksek güvenilirlik” düzeyinde yer almaktadır.

Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet analizinde genel güvenilirlik değeri (,919) bulunduğundan “yüksek güvenilirlik” düzeyindedir. Alt boyutlarda ise Çalışanlardan memnuniyet boyutunda (,876), Uçuş hizmetleri ve konfor boyutunda (,814), Web-online işlemler boyutunda (,811), Dakiklik boyutunda (,890), Sorun çözme boyutunda (,890), Sorun çözme boyutunda (,805), olmak üzeri tamamında “yüksek güvenilirlik” düzeyinde yer almaktadır.

Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet analizinde genel güvenilirlik değeri (,957) bulunduğundan “yüksek güvenilirlik” düzeyindedir. Alt boyutlarda ise Genel tedbirler boyutunda (,872), Yeme-içme ile ilgili tedbirler boyutunda (,811) olmak üzeri tamamında “yüksek güvenilirlik” düzeyinde yer almaktadır.

Tek boyutlu olarak faktör analizinde sonuçlanan Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet analizinde genel güvenilirlik değeri (,916) bulunduğundan

“yüksek güvenilirlik” düzeyindedir. Tek boyutlu olarak faktör analizinde sonuçlanan diğer analiz olan Pandemiye Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizinde genel güvenilirlik değeri (,749) bulunduğundan “oldukça güvenilir” düzeydedir.

3.7.3. Analiz Alt Boyutlarının Normal Dağılıma Uygunluk Analizi

Analiz alt boyutları ortalamalarının çarpıklık ve basıklık katsayıları hesaplanarak normal dağılıma uygun olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 8: Araştırmada Yer Alan Analizlerin Alt Boyut Ortalamalarına Ait Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları Tablosu

	N	Skewness	Kurtosis
Çalışanlardan memnuniyet	206	-1,146	1,464
Web sitesi memnuniyeti	206	-1,175	,230
Ek hizmetlerden memnuniyet	206	-,234	-,551
Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet Toplam	206	-,607	,439
Çalışanlardan memnuniyet	206	-1,382	1,785
Uçuş hizmetleri ve konfor	206	-,139	-,546
Web-online işlemler	206	-1,416	1,326
Dakiklik	206	-,675	,975
Sorun çözme	206	-,504	-,749
Genel Hizmetler	206	-,956	1,224
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	206	-,394	1,409
Genel tedbirler	206	-,928	-,065
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	206	-,312	-1,577
Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet	206	-,480	-,971
Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet	206	-,935	,042
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	206	-,499	,149

*Skewness: Çarpıklık Kurtosis: Basıklık

Araştırmada yer alan analizlerin genel ve alt boyutlarında çarpıklık ve basıklık katsayıları (-1,5; +1,5) aralığında yer aldığı anlaşılmaktadır.

Normal dağılım eğrisi iyi tanımlı bir eğri olduğu için standart sapma aralıklarına göre eğri altında kalan alanlar hesaplanabilmektedir. Ortalamanın -1 ve +1 standart sapma arasında kalan alan toplam alanın yaklaşık %68,2'sidir. Ortalamanın 2 standart sapma sağ ile solu arasında yani -2 ile +2 arasında kalan alan ise eğrinin yaklaşık %95'ini oluşturmaktadır (Demir,2021). Buna göre tüm boyutların normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir. Normal dağılıma uygunluk şartının sağlanmasından dolayı hipotez testlerinde Parametrik testler kullanılmıştır.

3.7.4. Analizlerde Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 9: Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri

Maddeler	AO	SS
Çalışanlardan Memnuniyet Boyutu	3,70	1,08
Havalimanı Çalışanları Görünüşü Kurumsal İmajı Yansıtıyor.	3,82	1,05
Çalışanların Davranışları Güven Veriyor.	3,85	0,94
Çalışanların İş Bilgisi Yeterli Düzeydedir.	3,69	1,17
Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindeler.	3,7	0,95
Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur.	3,48	1,31
Web Sitesi Memnuniyeti Boyutu	3,25	1,54
Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır.	3,29	1,54
Web Sitesi İçeriği Yeterlidir.	3,22	1,54
Ek Hizmetlerden Memnuniyet	2,96	1,58
Yemek Salonlarında Yemekler Lezzetli ve Çeşitleri Yeterlidir.	3,29	1,54
Çağrı Merkezi Hizmetleri Yeterlidir.	3,22	1,54
Cip Özel Salonların Olması (Uçuş Öncesinde Dinlenme ve Yemek İçin)	2,67	1,59
Benim İçin Önemlidir.	2,69	1,68
Havalimanı Güvenliğini Yeterli Buluyorum.	2,69	1,68
Toplam ortalama	3,35	1,35

Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Analizi genel ortalaması (3,35) bulunmuştur bu değer “kararsızım” düzeyine karşılık gelmektedir. Katılımcıların Havalimanı Hizmet Kalitesinden memnuniyette kararsız oldukları söylenebilir. Boyut ortalamalarına bakıldığında ise Çalışanlardan Memnuniyet Boyutu için (3,70) en yüksek güvenilirlik değeri elde edildiği anlaşılmaktadır, bu boyutta katılımcıların memnun oldukları ifade edilebilir. Web Sitesi Memnuniyeti Boyutu için (3,25) değeri ile kararsız düzeyindedir. Ek Hizmetlerden Memnuniyet boyutunda da (2,96) memnuniyet ortalamasının “kararsızım” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır. Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Analizi için madde ortalamaları (3,85;2,67) aralığında yer almaktadır.

Tablo 10: Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri

Maddeler	AO	SS
Çalışanlardan Memnuniyet Boyutu	3,85	0,98
Havayolu Firmasının Çalışanlarının Dış Görünüşü Kurumsal İmajını Yansıtıyor,	4,00	0,89
Çalışanların Davranışları Güven Veriyor,	3,94	0,92
Çalışanların İş Bilgisi Yeterlidir,	3,87	0,98
Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur,	3,61	1,18
Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindeler,	3,82	0,94
Uçuş Hizmetleri ve Konfor Boyutu	2,89	1,44
Koltuk Genişliği ve Koltuklar Arası Mesele Yeterlidir,	2,92	1,35
Oturma Konforu Beklentileri Karşılacak Düzeydedir,	3,00	1,30
Yemekler Lezzetli ve Çeşitleri Yeterlidir,	3,10	1,53
Uçuş Eğlence Programları Yeterlidir,	2,69	1,54
Uçuş Sırasında Gazete ve Dergiler Yeterlidir,	2,73	1,47
Genel Hizmet Boyutu	3,81	0,94
Verdiğim Ücret Beklentilerimi Karşılar,	3,73	1,00

Genel Olarak Bu Havayolu Firması Hizmetlerinden Memnunum,	3,53	1,09
Seyahatlerimde Tekrar Aynı Havayolu Şirketini Tercih Ederim,	4,00	0,81
Kabin İçi Temiz ve Konforludur,	3,99	0,86
Web-Online İşlemler Boyutu	3,81	1,10
Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır,	3,71	1,19
Web Sitesi İçeriği Yeterlidir,	3,70	1,14
Online Check İn İşlemleri Kolaydır,	4,01	0,97
Dakiklik Boyutu	3,60	1,05
Gecikme Ve İptallerin Oluş Sıklığı Azdır,	3,26	1,31
Uçuş Sırasında Yapılan Anonslar Yeterlidir,	3,92	0,83
Uçağın Kalkışı ve Varışı Zamanındadır,	3,63	1,02
Sorun Çözme Boyutu	2,71	1,62
Geciken Yolculara Yeterli Tolerans Gösterilir,	2,80	1,53
Sorunlu Bagaj İşlemlerinde Yapılan İşlemler Yeterlidir,	2,62	1,70
Genel Ortalama	3,44	1,18

Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM) Analizi genel ortalaması (3,44) bulunmuştur bu değer “kararsızım” düzeyine karşılık gelmektedir. Katılımcıların Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet kararsız oldukları anlaşılmaktadır. Boyut ortalamalarına bakıldığında ise Çalışanlardan Memnuniyet Boyutu için (3,85) en yüksek güvenilirlik değeri elde edildiği anlaşılmaktadır, bu boyutta katılımcıların memnun oldukları ifade edilebilir. Web-online hizmetler Boyutu için (3,81), Genel Hizmet Boyutu (3,81) Dakiklik Boyutu (3,60) “memnun” düzeyde bulunan alt faktörlerdir. Uçuş Hizmetleri ve Konfor boyutunda (2,89) ve Sorun Çözme Boyutu (2,71) memnuniyet ortalamasının “kararsızım” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır. Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Analizi için madde ortalamaları (2,69;4,00) aralığında yer almaktadır.

Tablo 11: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri

Maddeler	AO	SS
Genel Tedbirler Boyutu	2,97	1,79
Havalimanında Sağlık Otoritelerinin Belirlemiş Olduğu Tedbirler ve Kişisel Koruyucu Donanımlar Mevcuttur.	2,97	1,71
Havalimanına Ulaşım İçin Kullanılan Özel Toplu Taşıma Servislerinde Seyreltilmiş Oturma Düzeni ile Sosyal Mesafe Uygulaması (En az 1 metre) Mevcuttur.	2,65	1,73
Havalimanına Ulaşım İçin Özel Toplu Taşıma Servislerini Kullanacak Olan Yolcuların Maskesiz Servis Kullanımına İzin Verilmez.	3,17	1,81
Havalimanını Kullanan Yolculara Termal Kamera ve/veya Temassız Isıölçer ile Vücut Sıcaklık Ölçüm Uygulaması Yapılmaktadır.	3,26	1,75
Refakatçi Zorunluluğu Olan Yolcuların Refakatçisi Haricinde Yolcu Olmayanların (karşılayıcı/uğurlayıcı) Terminal Binalarına Girişlerine İzin Verilmemektedir.	2,88	1,87
Maskesiz Kişilerin Havaalanı ve Müteammimlerine Girişine İzin Verilmemektedir.	3,39	1,74
Sağlık Bakanlığınca Seyahate Uygun Olmadığı Düşünülen Kişilerin Seyahatlerine İzin Verilmemektedir.	3,01	1,88
Yolcu ve Bagajlar ile Doğrudan Temaslı Çalışan Personel, Maske/Koruyucu Gözlük/Eldiven gibi Koruyucu Ekipman Kullanmaktadır.	3,13	1,8
Havalimanlarında Otoritelerin Belirlediği Kurallar Çerçevesinde Gerekli Temizlik ve Dezenfektan İşlemleri Yapılmaktadır.	3,11	1,76
Havalandırma Sistemlerinde Virüs Yayılımını engellemek için HEPA Filtre Kullanılmaktadır.	2,17	2,01

Çocuk Oyun Alanları, Sigara İçme Odaları ve İbadethanelerde Sosyal Mesafe Tedbirleri Yeterli Düzeydedir.	2,57	1,84
Ödeme Noktalarına ve Bagaj Teslim Yerlerine El Antiseptiği Yerleştirilmiştir.	3,1	1,78
Gerekli Görülmedikçe Kontrol Noktalarında Kimlik ve Gerekli Evraklara Dokunulmamaktadır.	3,13	1,7
Tuvalet Temizlik İşlemlerinin Hijyenik Olduğunu Düşünüyorum.	3,08	1,69
Yeme-İçme ile İlgili Tedbirler	2,46	1,96
Basılı Yeme İçme Menüleri Kaldırılmış ve Online Menü Kullanılmaya Başlanmıştır.	2,37	1,96
Yeme İçme Yerlerinde Tek Kullanımlık Çatal-Bıçak-Tabak ve Baharatlar Kullanılmaktadır.	2,56	1,96
Genel Ortalama	2,90	1,81

Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Analizi genel ortalaması (2,90) bulunmuştur, bu değer “kararsızım” düzeyine karşılık gelmektedir. Katılımcıların Havalimanında Alınan Tedbirlerden memnuniyette kararsız oldukları söylenebilir. Boyut ortalamalarına bakıldığında ise Genel Tedbirler Boyutu Boyutu için (2,90) en yüksek güvenilirlik değeri elde edildiği anlaşılmaktadır, bu boyutta katılımcıların yine kararsız oldukları ifade edilebilir. Yeme-İçme ile İlgili Tedbirler Memnuniyeti Boyutu için (2,46) değeri ile “memnun değil” düzeyindedir. Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HHKM) Analizi için madde ortalamaları (2,37;3,39) aralığında yer almaktadır.

Tablo 12: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri

Maddeler	AO	SS
Firmanın Uçaklarında Sağlık Otoritelerinin Belirlemiş Olduğu Tedbirler ve Kişisel Koruyucu Donanımlar Mevcuttur.	3,08	1,72
Maskesiz Kişilerin Uçaklara Binmesine İzin Verilmemektedir.	3,48	1,62
Uçağa İniş Ve Binişlerde Sosyal Mesafe Kuralına Uyulmaktadır.	2,67	1,68
Uçaklarda Oturma Düzeni Sosyal Mesafe Kuralına Uygun Şekilde Düzenlenmiştir.	2,46	1,66
Uçuşlarda Laptop ve Çanta Dışında Kabin Bagajı Kabul Edilmemektedir.	2,79	1,77
Uçaklarda Otoritelerin Belirlediği Kurallar Çerçevesinde Gerekli Temizlik ve Dezenfektan İşlemleri Yapılmaktadır.	2,95	1,77
Tuvalet Temizlik İşlemlerinin Hijyenik Olduğunu Düşünüyorum.	2,92	1,76
Toplam ortalama	2,90	1,71

Tek boyuttan oluşan Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Analizi genel ortalaması (2,90) bulunmuştur, bu değer “kararsızım” düzeyine karşılık gelmektedir. Katılımcıların Havalimanında Alınan Tedbirlerden memnuniyette kararsız oldukları söylenebilir. Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet için madde ortalamaları (2,46;3,48) aralığında yer almaktadır.

Tablo 13: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) Analizi Madde Bazlı Tanımlayıcı İstatistikleri

	AO	SS
Zorunlu Kalmadıkça Havayolu Ulaşımını Tercih Etmem.	2,64	1,46
Alınan Bütün Önlemlere Rağmen Havayolu Ulaşımının Tehlikeli Olduğunu Düşünüyorum.	2,65	1,39
İnsanların Genel Olarak Alınan Önlemlere Uymadığını Düşünüyorum.	3,41	1,47
Toplam ortalama	2,91	1,44

Tek boyuttan oluşan Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) Analizi genel ortalaması (2,91) bulunmuştur, bu değer “kararsızım” düzeyine karşılık gelmektedir. Katılımcıların Havayolu ile Yolculuğa Bakış için kararsız oldukları söylenebilir. Havayolu ile Yolculuğa Bakış için madde ortalamaları (2,46;3,48) aralığında yer almaktadır.

3.7.5. Faktör Analizi ve Sonuçları

Araştırmada yer alan; Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM), Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM), Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM), Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) ve Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) için ayrı ayrı açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizleri öncesinde Bartlett's Küresellik testi ve KMO katsayıları da hesaplanmıştır.

Tablo 14: Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Açıklayıcı Faktör Analizi

Boyut	Maddeler	Faktör Yüğü			Açıklayıcılık
		1	2	3	
Çalışanlardan memnuniyet	Çalışanların Davranışları Güven Veriyor.	,824			
	Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindeler.	,776			
	Çalışanların İş Bilgisi Yeterli Düzeydedir.	,737			
	Havalimanı Çalışanları Görünüşü Kurumsal İmajı Yansıtır.	,671			%33,756
	Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur.	,640			
Web sitesi memnuniyeti	Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır.		,932		
	Web Sitesi İçeriği Yeterlidir.		,927		%18,379
Ek hizmetlerden memnuniyet	Yemek Salonlarında Yemekler Lezzetli ve Çeşitli Yeterlidir.			,797	
	Havalimanı Güvenliğini Yeterli Buluyorum.			,536	
	Cip Özel Salonların Olması (Uçuş Öncesinde Dinlenme ve Yemek İçin) Benim İçin Önemlidir.			,736	%9,782
	Çağrı Merkezi Hizmetleri Yeterlidir.			,547	
	Toplam Açıklayıcılık Oranı				%61,917

KMO: 0,751 Bartlett's Test of Sphericity (p<0,0)

Extraction Method: Principal Component Analysis, Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Rotation converged in 4 iterations.

Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM) Açıklayıcı Faktör Analizi için uygulanan Bartlett Küresellik testinde ($p<0,05$) bulunduğu ver seti faktör analizi için uygundur. Kaiser-Meyer-Olkin katsayısı ($KMO=0,751$) bulunduğu uygunluk “iyi” düzeydedir. Faktör yükü (0,50) değerinden düşük bulunmasından dolayı analizden elenen

maddeler “Bekleme Salonları Yeterli ve Konforludur” ve “Tuvaletler Temizdir.” Maddesidir. Temel Bileşen analizi (Principal Component) kullanılmış ayrıca Varimax yöntemi ile rotasyon işlemi uygulanmıştır. Geriye kalan 11 madde ile uygulanan faktör analizinde 3 boyut oluşmuştur. Bu boyutlar; 5 maddeli “Çalışanlardan memnuniyet” boyutu, 2 maddeli “Web sitesi memnuniyeti” boyutu ve 4 maddeli “Ek hizmetlerden memnuniyet” boyutudur. 3 boyut ile analizin kavram açıklayıcılığı toplam %61,917 olarak hesaplanmıştır.

**Tablo 15: Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM)
Açıklayıcı Faktör Analizi**

Boyut	Maddeler	Faktör Yüğü						Açıklayıcılık
		1	2	3	4	5	6	
Çalışanlardan memnuniyet	Çalışanların Davranışları Güven Veriyor.	,793						
	Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindeler.	,786						
	Çalışanların İş Bilgisi Yeterlidir.	,769						
	Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur.	,679						%15,55
	Havayolu Firmasının Çalışanlarının Dış Görünüşü Kurumsal İmajını Yansıtıyor.	,674						
	Uçuş Eğlence Programları Yeterlidir.		,781					
Uçuş hizmetleri ve konfor	Koltuk Genişliği ve Koltuklar Arası Mesafe Yeterlidir.		,733					
	Yemekler Lezzetli ve Çeşitleri Yeterlidir.		,720					%13,713
	Oturma Konforu Beklentileri Karşılacak Düzeydedir.		,705					
	Uçuş Sırasında Gazete ve Dergiler Yeterlidir.		,610					
	Genel Olarak Bu Havayolu Firması Hizmetlerinden Memnunum.			,769				
	Seyahatlerimde Tekrar Aynı Havayolu Şirketini Tercih Ederim.			,676				%11,184
Genel Hizmet	Verdiğim Ücret Beklentilerimi Karşılar.			,583				
	Kabin İçi Temiz ve Konforludur.			,542				
Web-online işlemler	Web Sitesi İçeriği Yeterlidir.				,898			
	Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır.				,875			%11,150
	Online Check İn İşlemleri Kolaydır.				,599			
Dakiklik	Uçağın Kalkışı ve Varışı Zamanındadır.					,745		
	Gecikme ve İptallerin Oluş Sıklığı Azdır.					,721		%8,378
	Uçuş Sırasında Yapılan Anonslar Yeterlidir.					,617		
Sorun çözme	Geciken Yolculara Yeterli Tolerans Gösterilir.						,829	
	Sorunlu Bagaj İşlemlerinde Yapılan İşlemler Yeterlidir.						,824	%8,291

Toplam Açıklayıcılık Oranı	%68,273
----------------------------	---------

KMO: 0,857 Bartlett's Test of Sphericity (p<0,0)
Extraction Method: Principal Component Analysis, Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
Rotation converged in 6 iterations.

Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM) Açıklayıcı Faktör Analizi için uygulanan Bartlett Küresellik testinde ($p<0,05$) bulunduğu ver seti faktör analizi için uygundur. Kaiser-Meyer-Olkin katsayısı ($KMO=0,857$) bulunduğu uygunluk “çok iyi” düzeydedir. Faktör yükü (0,50) değerinden düşük bulunmasından dolayı analizden elenen maddeler “Uçak İçinde ikram Servisleri Hoşuma Gider”, “Çağrı Merkezi Hizmetleri Yeterlidir” ve “Tuvalet Hijyeni Yeterlidir” maddeleridir. Analizde Temel Bileşen analizi yöntemi (Principal Component) kullanılmış ayrıca Varimax yöntemi ile rotasyon işlemi uygulanmıştır. Geriye kalan 22 madde ile uygulanan faktör analizinde 6 boyut oluşmuştur. Bu boyutlar; 5 maddeli “Çalışanlardan memnuniyet” boyutu, 5 maddeli “Uçuş hizmetleri ve konfor” boyutu, 4 maddeli “Genel Hizmet”, 3 maddeli “Web-online işlemler”, 3 maddeli “Dakiklik” ve 2 maddeli “sorun çözme” boyutudur. 3 boyut ile analizin kavram açıklayıcılığı toplam %68,273 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 16: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Açıklayıcı Faktör Analizi

Boyut	Maddeler	Faktör Yüğü 1 2	Açıklayıcılık
Genel tedbirler	Maskesiz Kişilerin Havaalanı ve Müttemimlerine Girişine İzin Verilmemektedir.	,828	%44,456
	Havalimanında Sağlık Otoritelerinin Belirlemiş Olduğu Tedbirler ve Kişisel Koruyucu Donanımlar Mevcuttur.	,800	
	Havalimanına Ulaşım İçin Özel Toplu Taşıma Servislerini Kullanacak Olan Yolcuların Maskesiz Servis Kullanımına İzin Verilmez.	,779	
	Gerekli Görülmedikçe Kontrol Noktalarında Kimlik ve Gerekli Evraklara Dokunulmamaktadır.	,765	
	Yolcu ve Bagajlar ile Doğrudan Temaslı Çalışan Personel, Maske/Koruyucu Gözlük/Eldiven gibi Koruyucu Ekipman Kullanmaktadır.	,757	
	Havalimanını Kullanan Yolculara Termal Kamera ve/veya Temassız Isıölçer ile Vücut Sıcaklık Ölçüm Uygulaması Yapılmaktadır.	,757	
	Refakatçi Zorunluluğu Olan Yolcuların Refakatçisi Haricinde Yolcu Olmayanların (karşılayıcı/uğurlayıcı) Terminal Binalarına Girişlerine İzin Verilmemektedir.	,750	
	Tuvalet Temizlik İşlemlerinin Hijyenik Olduğunu Düşünüyorum.	,727	
	Havalimanlarında Otoritelerin Belirlediği Kurallar Çerçevesinde Gerekli Temizlik ve Dezenfektan İşlemleri Yapılmaktadır.	,722	
	Havalimanına Ulaşım İçin Kullanılan Özel Toplu Taşıma Servislerinde Seyretilmiş Oturma Düzeni ile Sosyal Mesafe Uygulaması (En az 1 metre) Mevcuttur.	,696	

	Sağlık Bakanlığınca Seyahate Uygun Olmadığı Düşünülen Kişilerin Seyahatlerine İzin Verilmemektedir.	,659	
	Ödeme Noktalarına ve Bagaj Teslim Yerlerine El Antiseptiği Yerleştirilmiştir.	,649	
	Çocuk Oyun Alanları, Sigara İçme Odaları ve İbadethanelerde Sosyal Mesafe Tedbirleri Yeterli Düzeydedir.	,609	
	Havalandırma Sistemlerinde Virüs Yayılımını engellemek İçin HEPA Filtre Kullanılmaktadır.	,600	
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	Yeme İçme Yerlerinde Tek Kullanımlık Çatal-Bıçak-Tabak ve Baharatlar Kullanılmaktadır.	,892	%24,422
	Basılı Yeme İçme Menüleri Kaldırılmış ve Online Menü Kullanılmaya Başlanmıştır.	,887	
Toplam Açıklayıcılık Oranı			%68,988

KMO: 0,940 Bartlett's Test of Sphericity (p<0,0)

Extraction Method: Principal Component Analysis, Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Rotation converged in 3 iterations.

Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM) Açıklayıcı Faktör Analizi için uygulanan Bartlett Küresellik testinde ($p<0,05$) bulunduğu ver seti faktör analizi için uygundur. Kaiser-Meyer-Olkin katsayısı (KMO=0,940) bulunduğu uygunluk “çok iyi” düzeydedir. Faktör yükü (0,50) değerinden düşük bulunmasından dolayı analizden elenen madde olmamıştır. Analizde Temel Bileşen analizi yöntemi (Principal Component) kullanılmış ayrıca Varimax yöntemi ile rotasyon işlemi uygulanmıştır. 16 madde ile uygulanan faktör analizinde 2 boyut oluşmuştur. Bu boyutlar; 14 maddeli “Genel tedbirler” boyutu ve 2 maddeli “Yeme-içme ile ilgili tedbirler” boyutudur. 2 boyut ile analizin kavram açıklayıcılığı toplam %68,988 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 17: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Açıklayıcı Faktör analizi Özet Tablosu

Boyut	Maddeler	Faktör Yüğü	Açıklayıcılık %
Genel tedbirler	Uçağa İniş ve Binişlerde Sosyal Mesafe Kuralına Uyulmaktadır.	,857	%66,564
	Uçaklarda Otoritelerin Belirlediği Kurallar Çerçevesinde Gerekli Temizlik ve Dezenfektan İşlemleri Yapılmaktadır.	,832	
	Firmanın Uçaklarında Sağlık Otoritelerinin Belirlemiş Olduğu Tedbirler ve Kişisel Koruyucu Donanımlar Mevcuttur.	,826	
	Maskesiz Kişilerin Uçaklara Binmesine İzin Verilmemektedir.	,818	
	Tuvalet Temizlik İşlemlerinin Hijyenik Olduğunu Düşünüyorum.	,794	
	Uçuşlarda Laptop ve Çanta Dışında Kabin Bagajı Kabul Edilmemektedir.	,790	
	Uçaklarda Oturma Düzeni Sosyal Mesafe Kuralına Uygun Şekilde Düzenlenmiştir.	,790	
	Toplam Açıklayıcılık Oranı		%66,564

KMO: 0,893 Bartlett's Test of Sphericity (p<0,0)

Extraction Method: Principal Component Analysis,

Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM) Açıklayıcı Faktör Analizi için uygulanan Bartlett Küresellik testinde ($p<0,05$) bulunduğu ver seti faktör analizi için uygundur. Kaiser-Meyer-

Olkin katsayısı (KMO=0,893) bulunduğundan uygunluk “çok iyi” düzeydedir. Faktör yükü (0,50) değerinden düşük bulunmasından dolayı analizden elenen madde olmamıştır. Analizde Temel Bileşen analizi yöntemi (Principal Component) kullanılmıştır. 7 madde ile uygulanan faktör analizinde tek boyut oluşmuştur. Bu boyut Genel tedbirler olarak isimlendirilmiştir. Tek boyut ile analizin kavram açıklayıcılığı toplam %66,564 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 18: Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) Açıklayıcı Faktör analizi Özet Tablosu

Boyut	Maddeler	Faktör Yüğü	Açıklayıcılık %
Pandemi sürecinde havayolu ile yolculuğa bakış	Alınan Bütün Önlemlere Rağmen Havayolu Ulaşımının Tehlikeli Olduğunu Düşünüyorum.	,891	%67,564
	Zorunlu Kalmadıkça Havayolu Ulaşımını Tercih Etmem.	,819	
	İnsanların Genel Olarak Alınan Önlemlere Uymadığını Düşünüyorum.	,740	
	KMO: 0,702 Bartlett's Test of Sphericity (p<0,0) Extraction Method: Principal Component Analysis,		

Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) Açıklayıcı Faktör Analizi için uygulanan Bartlett Küresellik testinde (p<0,05) bulunduğundan ver seti faktör analizi için uygundur. Kaiser-Meyer-Olkin katsayısı (KMO=0,702) bulunduğundan uygunluk “iyi” düzeydedir. Faktör yükü (0,50) değerinden düşük bulunmasından dolayı analizden elenen madde olmamıştır. Analizde Temel Bileşen analizi yöntemi (Principal Component) kullanılmıştır. 3 madde ile uygulanan faktör analizinde tek boyut oluşmuştur. Bu boyut “Pandemi sürecinde havayolu ile yolculuğa bakış” olarak isimlendirilmiştir. Tek boyut ile analizin kavram açıklayıcılığı toplam %67,564 olarak hesaplanmıştır.

3.7.6. Analiz Alt Boyutları ile Demografik Özellikler Arasında Uygulanan Hipotez Testleri

Hipotez testleri uygulamasında ikili kategorilerde bağımsız örneklem t testi, üç ya da daha fazla kategori içeren kategorilerin karşılaştırmasın da tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Tek Yönü Varyans analizinde fark bulunan karşılaştırmalarda farklılığın kaynağı çoklu karşılaştırma testlerinden Bonferroni ile tespit edilmiştir.

Tablo 19: Cinsiyete Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması

Boyutlar	Cinsiyet	N	AO	SS	t	p
Çalışanlardan memnuniyet	Erkek	91	3,907	,5551	-,314	,754
	Kadın	115	3,936	,7537		

Web sitesi memnuniyeti	Erkek	91	3,407	1,2859	-1,434	,153
	Kadın	115	3,656	1,2004		
Ek hizmetlerden memnuniyet	Erkek	91	3,253	,8283	-1,490	,138
	Kadın	115	3,433	,8905		
Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	Erkek	91	3,520	,6292	-1,531	,127
	Kadın	115	3,672	,7611		
Çalışanlardan memnuniyet	Erkek	91	3,989	,6090	-,991	,323
	Kadın	115	4,081	,7024		
Uçuş hizmetleri ve konfor	Erkek	91	3,286	,8568	,619	,536
	Kadın	115	3,204	,9946		
Web-online işlemler	Erkek	91	3,927	,8113	-1,221	,224
	Kadın	115	4,062	,7759		
Dakiklik	Erkek	91	3,857	,5787	,362	,718
	Kadın	115	3,822	,7793		
Sorun çözme	Erkek	91	2,985	1,1806	-1,104	,271
	Kadın	115	3,174	1,2458		
Genel Hizmetler	Erkek	91	3,991	,5799	-,737	,462
	Kadın	115	4,054	,6273		
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	Erkek	91	3,674	,5127	-,687	,493
	Kadın	115	3,731	,6496		
Genel tedbirler	Erkek	91	3,346	1,0512	,363	,717
	Kadın	115	3,286	1,2889		
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	Erkek	91	2,953	1,5831	,524	,601
	Kadın	115	2,837	1,5793		
Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet	Erkek	91	3,152	1,2179	,536	,593
	Kadın	115	3,057	1,2939		
Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet	Erkek	91	3,907	1,3291	,009	,993
	Kadın	115	3,906	1,4519		
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	Erkek	91	3,857	1,1676	-,426	,670
	Kadın	115	3,928	1,1845		

*t: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Cinsiyete göre analiz alt boyutlarının karşılaştırması tüm boyutlarda ($P>0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmaktadır. Buna göre cinsiyete göre Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet ve Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizlerinde ve alt boyutlarında kadın ve erkek ortalama puanları farklılık göstermemektedir.

Tablo 20: Medeni Duruma Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması

Boyutlar	Medeni	N	AO	SS	t	p
Çalışanlardan memnuniyet	Bekar	134	3,919	,6650	-,116	,908
	Evli	72	3,931	,6890		
Web sitesi memnuniyeti	Bekar	134	3,492	1,2924	-,848	,398
	Evli	72	3,646	1,1443		
Ek hizmetlerden memnuniyet	Bekar	134	3,257	,8710	-2,207	,028*
	Evli	72	3,534	,8335		
Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet Toplam	Bekar	134	3,553	,7022	-1,422	,157
	Evli	72	3,700	,7144		
Çalışanlardan memnuniyet	Bekar	134	4,001	,6983	-1,159	,248
	Evli	72	4,113	,5886		
Uçuş hizmetleri ve konfor	Bekar	134	3,200	,9489	-,838	,403
	Evli	72	3,315	,9101		
Web-online işlemler	Bekar	134	3,997	,8095	-,136	,892
	Evli	72				

	Evli	72	4,013	,7659		
Dakiklik	Bekar	134	3,837	,7086	-,009	,993
	Evli	72	3,838	,6783		
Sorun çözme	Bekar	134	2,991	1,2608	-1,603	,111
	Evli	72	3,275	1,1196		
Genel Hizmetler	Bekar	134	4,006	,6424	-,655	,513
	Evli	72	4,064	,5347		
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden	Bekar	134	3,671	,6029	-1,154	,250
Memnuniyet	Evli	72	3,771	,5707		
Genel tedbirler	Bekar	134	3,175	1,2164	-2,292	,023*
	Evli	72	3,568	1,0941		
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	Bekar	134	2,659	1,6245	-2,902	,004**
	Evli	72	3,316	1,4011		
Havalimanında Alınan Tedbirlerden	Bekar	134	2,918	1,2812	-2,868	,005**
Memnuniyet	Evli	72	3,436	1,1500		
Havayolu Firmasının Aldığı	Bekar	134	3,748	1,4377	-2,238	,026**
Tedbirlerden Memnuniyet	Evli	72	4,200	1,2718		
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	Bekar	134	3,823	1,2274	-1,219	,224
	Evli	72	4,032	1,0647		

**p<0,01 *p<0,05 t: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Medeni duruma göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Ek hizmetlerden memnuniyet, Genel tedbirler, Yeme-içme ile ilgili tedbirler, Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet ve Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet değişkenlerinde ($p<0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm değişkenler için ($P>0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmaktadır.

Ek hizmetlerden memnuniyet değişkeninde bekarların ortalaması (3,257), evlilerin ortalamasından (3,534) düşük olduğu görülmektedir. Genel tedbirler değişkeninde bekarların ortalaması (3,175), evlilerin ortalamasından (3,568) düşük olduğu anlaşılmaktadır. Yeme içme ile ilgili tedbirler değişkeninde bekarların ortalaması (2,659), evlilerin ortalamasından (3,316) düşük olduğu görülmektedir. Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet değişkeninde bekarların ortalaması (2,918), evlilerin ortalamasından (3,436) düşük olduğu görülmektedir. Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet değişkeninde bekarların ortalaması (3,748), evlilerin ortalamasından (4,200) düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 21: Mesleklere Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması

		N	AO	SS	F	P
	Öğrenci	56	3,095	1,4212		
	Serbest Meslek	29	3,376	1,0673		
Genel tedbirler	Özel Sektör Çalışanı	52	3,410	1,0028	,652	,626
	Kamu Çalışanı	46	3,408	1,0962		
	Çalışmıyor	23	3,348	1,2965		
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	Öğrenci	56	2,470	1,7639	1,510	,201
	Serbest Meslek	29	2,902	1,5807		

	Özel Sektör Çalışanı	52	3,077	1,5015		
	Kamu Çalışanı	46	3,152	1,3796		
	Çalışmıyor	23	2,935	1,5665		
	Öğrenci	56	2,783	1,4475		
	Serbest Meslek	29	3,144	1,1844		
Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet	Özel Sektör Çalışanı	52	3,239	1,1250	1,298	,272
	Kamu Çalışanı	46	3,277	1,1432		
	Çalışmıyor	23	3,141	1,3273		
	Öğrenci	56	3,579	1,5522		
	Serbest Meslek	29	3,966	1,5064		
Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet	Özel Sektör Çalışanı	52	4,066	1,1816	1,302	,270
	Kamu Çalışanı	46	4,137	1,2351		
	Çalışmıyor	23	3,807	1,5570		
	Öğrenci	56	3,917	1,3046		
	Serbest Meslek	29	4,172	1,1705		
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	Özel Sektör Çalışanı	52	4,147	,9180	2,483	,045*
	Kamu Çalışanı	46	3,645	1,1851		
	Çalışmıyor	23	3,435	1,1953		

*F: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Meslek gruplarına göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havayolu ile Yolculuğa Bakış değişkeninde ($p < 0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm alt boyutlarında ($p > 0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Farklılığın kaynağı Bonferroni testi ile araştırılmıştır, buna göre;

Havayolu ile Yolculuğa Bakış boyutunda Çalışmayanların ortalaması (3,435) ve kamu çalışanlarının ortalaması (3,645) diğer tüm katılımcılardan düşük bulunmuştur.

Tablo 22: Gelir Gruplarına Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (1)

		N	AO	SS	F	P
	0-2900 TL	69	3,944	,7413		
	2901-4500 TL	43	3,922	,6894		
Çalışanlardan memnuniyet	4501-7000 TL	58	3,908	,6919	,039	,990
	7001-10000 TL	36	3,907	,4738		
	Toplam	206	3,923	,6718		
	0-2900 TL	69	3,170	1,4804		
	2901-4500 TL	43	3,702	1,1069		
Web sitesi memnuniyeti	4501-7000 TL	58	3,736	1,1201	3,288	,022*
	7001-10000 TL	36	3,773	,9180		
	Toplam	206	3,546	1,2420		
	0-2900 TL	69	3,268	,9494		
	2901-4500 TL	43	3,320	,8527		
Ek hizmetlerden memnuniyet	4501-7000 TL	58	3,361	,8831	,839	,474
	7001-10000 TL	36	3,546	,6683		
	Toplam	206	3,354	,8662		
	0-2900 TL	69	3,463	,8194		
	2901-4500 TL	43	3,643	,6911		
Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	4501-7000 TL	58	3,665	,6564	1,521	,210
	7001-10000 TL	36	3,734	,5418		
	Toplam	206	3,605	,7082		
	0-2900 TL	69	4,036	,7065		
	2901-4500 TL	43	3,953	,7684		
Çalışanlardan memnuniyet	4501-7000 TL	58	4,055	,6371	,470	,703
	7001-10000 TL	36	4,130	,4648		
	Toplam	206	4,040	,6628		

	0-2900 TL	69	3,254	1,0348		
	2901-4500 TL	43	3,198	,9058		
Uçuş hizmetleri ve konfor	4501-7000 TL	58	3,256	,8990	,039	,990
	7001-10000 TL	36	3,241	,8577		
	Toplam	206	3,240	,9349		
	0-2900 TL	69	3,940	,9750		
	2901-4500 TL	43	3,948	,8389		
Web-online işlemler	4501-7000 TL	58	4,032	,7308	,603	,614
	7001-10000 TL	36	4,141	,2940		
	Toplam	206	4,002	,7927		
	0-2900 TL	69	3,865	,8061		
	2901-4500 TL	43	3,870	,6714		
Dakiklik	4501-7000 TL	58	3,726	,6500	,757	,520
	7001-10000 TL	36	3,926	,5641		
	Toplam	206	3,837	,6965		
	0-2900 TL	69	3,170	1,2687		
	2901-4500 TL	43	3,033	1,3249		
Sorun çözme	4501-7000 TL	58	2,953	1,1183	,530	,662
	7001-10000 TL	36	3,229	1,1632		
	Toplam	206	3,091	1,2181		
	0-2900 TL	69	4,043	,6960		
	2901-4500 TL	43	3,944	,6464		
Genel Hizmetler	4501-7000 TL	58	4,010	,5080	,555	,645
	7001-10000 TL	36	4,116	,5215		
	Toplam	206	4,026	,6062		
	0-2900 TL	69	3,716	,6993		
	2901-4500 TL	43	3,659	,6166		
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	4501-7000 TL	58	3,671	,5045	,455	,714
	7001-10000 TL	36	3,799	,4699		
	Toplam	206	3,706	,5924		

*F: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Gelir gruplarına göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Web sitesi memnuniyeti değişkeninde ($p < 0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm alt boyutlarında ($p > 0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Farklılığın kaynağı Bonferroni testi ile araştırılmıştır, buna göre;

Web sitesi memnuniyeti boyutunda Gelir grubu 0-2900 TL olanların ortalaması (3,021) diğer tüm gelir grubu katılımcılardan düşük bulunmuştur.

Tablo 23: Gelir Gruplarına Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (2)

		N	AO	SS	F	P
	0-2900 TL	69	3,327	1,2929		
	2901-4500 TL	43	3,120	1,2482		
Genel tedbirler	4501-7000 TL	58	3,297	1,1306	,810	,490
	7001-10000 TL	36	3,537	,9803		
	Toplam	206	3,312	1,1874		
	0-2900 TL	69	2,651	1,7283		
	2901-4500 TL	43	2,694	1,5305		
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	4501-7000 TL	58	3,039	1,5134	1,892	,132
	7001-10000 TL	36	3,333	1,3584		
	Toplam	206	2,888	1,5782		
	0-2900 TL	69	2,992	1,3748	1,393	,246

	2901-4500 TL	43	2,905	1,1999		
Havalimanında Alınan	4501-7000 TL	58	3,167	1,2437		
Tedbirlerden Memnuniyet	7001-10000 TL	36	3,428	1,0831		
	Toplam	206	3,099	1,2587		
	0-2900 TL	69	3,772	1,4610		
Havayolu Firmasının Aldığı	2901-4500 TL	43	3,870	1,4654		
Tedbirlerden Memnuniyet	4501-7000 TL	58	4,010	1,3139	,434	,729
	7001-10000 TL	36	4,040	1,3417		
	Toplam	206	3,906	1,3957		
	0-2900 TL	69	3,894	1,1526		
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	2901-4500 TL	43	4,054	1,2449		
	4501-7000 TL	58	3,954	1,1385	,968	,409
	7001-10000 TL	36	3,620	1,1903		
	Toplam	206	3,896	1,1747		

*F: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Gelir gruplarına göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet ve Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizi alt boyutlarında ($p>0,05$) bulunduğu anlamli farklılık olmadığı anlaşılmıştır.

3.7.7. Analiz Alt Boyutları ile Katılımcıların Havayolu Kullanım Özellikleri Arasında Uygulanan Hipotez Testleri

Tablo 24: Havayolu Kullanım Yılı ile Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (1)

		N	AO	SS	F	P
	5 yıldan az	60	3,947	,7252		
	6-10 yıl	69	3,998	,4947		
Çalışanlardan memnuniyet	11-20 yıl	47	3,904	,6922	1,121	,342
	21 yıl ve üzeri	30	3,733	,8572		
	Toplam	206	3,923	,6718		
	5 yıldan az	60	3,278	1,3582		
	6-10 yıl	69	3,605	1,1760		
Web sitesi memnuniyeti	11-20 yıl	47	3,652	1,1696	1,458	,227
	21 yıl ve üzeri	30	3,778	1,2279		
	Toplam	206	3,546	1,2420		
	5 yıldan az	60	3,318	,8628		
	6-10 yıl	69	3,378	,7365		
Ek hizmetlerden memnuniyet	11-20 yıl	47	3,333	,9921	,088	,967
	21 yıl ve üzeri	30	3,400	,9741		
	Toplam	206	3,354	,8662		
	5 yıldan az	60	3,512	,7606		
Havalimanı Hizmet Kalitesinden	6-10 yıl	69	3,655	,5722		
Memnuniyet Toplam	11-20 yıl	47	3,631	,7333	,488	,691
	21 yıl ve üzeri	30	3,633	,8500		
	Toplam	206	3,605	,7082		
	5 yıldan az	60	3,975	,7744		
	6-10 yıl	69	4,080	,6101		
Çalışanlardan memnuniyet	11-20 yıl	47	4,039	,5723	,314	,815
	21 yıl ve üzeri	30	4,083	,6917		
	Toplam	206	4,040	,6628		
	5 yıldan az	60	3,264	,9729		
Uçuş hizmetleri ve konfor	6-10 yıl	69	3,140	,8361	1,218	,304

	11-20 yıl	47	3,181	1,0761		
	21 yıl ve üzeri	30	3,517	,8169		
	Toplam	206	3,240	,9349		
	5 yıldan az	60	3,969	,8181		
	6-10 yıl	69	4,124	,6769		
Web-online işlemler	11-20 yıl	47	3,844	,9781	1,227	,301
	21 yıl ve üzeri	30	4,036	,6390		
	Toplam	206	4,002	,7927		
	5 yıldan az	60	3,915	,7178		
	6-10 yıl	69	3,775	,6737		
Dakiklik	11-20 yıl	47	3,862	,7127	,502	,681
	21 yıl ve üzeri	30	3,786	,6968		
	Toplam	206	3,837	,6965		
	5 yıldan az	60	3,201	1,1872		
	6-10 yıl	69	2,947	1,2238		
Sorun çözme	11-20 yıl	47	2,979	1,3032	1,166	,324
	21 yıl ve üzeri	30	3,375	1,1124		
	Toplam	206	3,091	1,2181		
	5 yıldan az	60	4,025	,6836		
	6-10 yıl	69	4,062	,5279		
Genel Hizmetler	11-20 yıl	47	3,945	,6516	,413	,744
	21 yıl ve üzeri	30	4,072	,5514		
	Toplam	206	4,026	,6062		
	5 yıldan az	60	3,724	,6483		
	6-10 yıl	69	3,688	,4907		
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	11-20 yıl	47	3,640	,6741	,560	,642
	21 yıl ve üzeri	30	3,814	,5655		
	Toplam	206	3,706	,5924		

*F: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Havayolu kullanım yılı ile analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet ve Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet analizi tüm alt boyutlarında ($p>0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür.

Tablo 25: Havayolu Kullanım Yılı ile Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması (2)

		N	AO	SS	F	p
	5 yıldan az	60	3,494	1,1395		
	6-10 yıl	69	3,267	1,1463		
Genel tedbirler	11-20 yıl	47	3,154	1,3007	,780	,506
	21 yıl ve üzeri	30	3,300	1,2026		
	Toplam	206	3,312	1,1874		
	5 yıldan az	60	3,014	1,5841		
	6-10 yıl	69	2,796	1,6171		
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	11-20 yıl	47	2,748	1,5798	,457	,713
	21 yıl ve üzeri	30	3,069	1,5142		
	Toplam	206	2,888	1,5782		
	5 yıldan az	60	3,260	1,2345		
	6-10 yıl	69	3,028	1,2228		
Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet	11-20 yıl	47	2,947	1,3212	,667	,573
	21 yıl ve üzeri	30	3,181	1,3094		
	Toplam	206	3,099	1,2587		
	5 yıldan az	60	4,143	1,3553		
	6-10 yıl	69	3,917	1,3478		
Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet	11-20 yıl	47	3,550	1,4578	1,630	,184
	21 yıl ve üzeri	30	3,967	1,4412		
	Toplam	206	3,906	1,3957		
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	5 yıldan az	60	4,117	1,2379	1,182	,318

6-10 yıl	69	3,787	1,0786
11-20 yıl	47	3,745	1,2301
21 yıl ve üzeri	30	3,944	1,1583
Toplam	206	3,896	1,1747

*F: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Havayolu kullanım yılı ile analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet ve Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizi tüm alt boyutlarında ($p>0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 26: Havayolu Seyahat Yönüne Göre Analiz Alt Boyutlarının Karşılaştırması

	En Çok Kullanılan Seyahat Yönü	N	AO	SS	t	p
Çalışanlardan memnuniyet	Yurt içi	157	3,971	,6568	204	,065
	Yurt dışı	49	3,769	,7029		
Web sitesi memnuniyeti	Yurt içi	157	3,514	1,2914	204	,511
	Yurt dışı	49	3,648	1,0742		
Ek hizmetlerden memnuniyet	Yurt içi	157	3,347	,8972	204	,837
	Yurt dışı	49	3,376	,7666		
Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet Toplam	Yurt içi	157	3,609	,7246	204	,884
	Yurt dışı	49	3,592	,6600		
Çalışanlardan memnuniyet	Yurt içi	157	4,097	,6469	204	,029*
	Yurt dışı	49	3,861	,6875		
Uçuş hizmetleri ve konfor	Yurt içi	157	3,195	,9549	204	,217
	Yurt dışı	49	3,384	,8615		
Web-online işlemler	Yurt içi	157	4,012	,8382	204	,765
	Yurt dışı	49	3,973	,6318		
Dakiklik	Yurt içi	157	3,861	,7152	204	,376
	Yurt dışı	49	3,760	,6337		
Sorun çözme	Yurt içi	157	3,068	1,2484	204	,634
	Yurt dışı	49	3,163	1,1249		
Genel Hizmetler	Yurt içi	157	4,054	,6019	204	,232
	Yurt dışı	49	3,935	,6174		
Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet	Yurt içi	157	3,714	,5958	204	,730
	Yurt dışı	49	3,680	,5866		
Genel tedbirler	Yurt içi	157	3,316	1,1893	204	,940
	Yurt dışı	49	3,301	1,1934		
Yeme-içme ile ilgili tedbirler	Yurt içi	157	2,736	1,6263	204	,013*
	Yurt dışı	49	3,376	1,3128		
Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet	Yurt içi	157	3,022	1,2678	204	,117
	Yurt dışı	49	3,345	1,2091		
Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet	Yurt içi	157	3,875	1,3923	204	,569
	Yurt dışı	49	4,006	1,4163		
Havayolu ile Yolculuğa Bakış	Yurt içi	157	3,860	1,2037	204	,425
	Yurt dışı	49	4,014	1,0800		

* $p<0,05$ F: Tablo değeri P: Test olasılık değeri

Havayolu seyahat yönü ile analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet analizi alt boyutu olan Çalışanlardan memnuniyet ve Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet analizi alt boyutu olan Yeme-içme ile ilgili tedbirler boyutunda ($p<0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık söz konusudur. Diğer tüm alt boyutlar ($p>0,05$) bulunduğundan anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Çalışanlardan memnuniyet boyutunda yurt içi seyahat edenlerin ortalaması (4,097), yurt dışı seyahat edenlerin ortalamasından (3,861) yüksektir. Yeme-içme ile ilgili tedbirler boyutunda yurt içi seyahat edenlerin ortalaması (2,736), yurt dışı seyahat edenlerin ortalamasından (3,376) düşük bulunmuştur.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasında Covid-19 küresel Pandemi sürecinde havayolu ulaşımını tercih eden tüketicilerin hem işletmelerin sunduğu genel hizmetlerden hem de pandemiye ilişkin alınan tedbirlerden memnuniyet düzeyleri ve hizmet kalitesi algıları incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda tezin saha araştırması için pandemi öncesinde ve sonrasında havayolu ulaştırma hizmetlerini deneyimleyen tüketicilerden veri toplanmış ve hem havayolu firmaları hem de havalimanı işletmelerinden memnuniyet düzeyleri ve hizmet kalitesi algıları değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bulgularının, havacılık sektöründeki firmalar için müşteri memnuniyeti ve hizmet beklentilerindeki değişimleri değerlendirerek kaliteyi korumak ve tüketici taleplerini tatmin etme imkanını arttırmak ve pandemi döneminde rekabet stratejilerini geliştirmeyi destekleyebilmesi açısından katkı sağlaması önem arz etmektedir.

Çalışmada öncelikli olarak hizmet pazarlaması ile ilgili ön bilgi vermek amacıyla literatür araştırması yapılmıştır. Sonrasında havacılık sektörünün tarihçesi, tarihte yaşanmış salgın hastalıklar, havacılık sektöründe Covid-19 pandemisi ve Covid-19 pandemi sürecinde tüketicilerin değişen tutum ve davranışları incelenmiş, anket ve analiz çalışmaları yapılmıştır.

Saha araştırmasına katılım sağlayanların demografik özellikleri incelendiğinde yaklaşık %56'sı kadın iken %44'ü erkek olmuştur. Katılımcıların %65'i bekar, %35'i evlidir. Ve tüm katılımcıların %90,2'si önlisans, lisans ve yüksek lisans eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların %52,4'ü çalışan, %27,2'si öğrenci, %9,7'si çalışmayan ve %1,5'i ev hanımıdır. Katılımcıların %82,6'sının gelir düzeyi 0-4500 TL bandında yer almaktadır.

Öte yandan bulgular incelendiğinde pandemi sonrası uçağı yıllık olarak 1-3 kez kullananlar %33 artış göstermiş, yıllık olarak 4-6 kez kullananlar %12,1 azalış göstermiş, 7-12 kez kullananlar %12,6, 13-25 kez kullananlar %3,9, 26 ve üzeri kullananlar ise %4,3 azalış göstermiştir. Bu sonuçlar pandemi sürecinde uçak kullananların sayısının azalmış olduğunu göstermektedir. Sadece yılda 1-3 kez uçak kullananların miktarında artış gözlenmektedir. Bunun sebebinin pandemi olduğu ve bireylerin kendi yaşadığı yerlere dönmek ya da pandemiden dolayı mecburi dönüşler yapmak olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların %33,5'i ulaşımda 6-10 yıldır uçağı tercih ediyorken, %22,8'i 11-20 yıldır havayolu ulaşımını kullanmaktadır. Anket analizine göre havayolu seyahatleri sırasıyla en çok: Turistik, aile ve akraba ziyareti, iş ve diğer amaçlı olarak yapılmaktadır.

Havayolu firması tercihlerinde katılımcılar %52,4 oranında en çok THY'yi tercih etmişlerdir. %30,6 ile Pegasus takip ederken diğer havayolu firmalarını tercih eden katılımcı yüzdeleri oldukça düşüktür. Katılımcıların yapmış olduğu seyahatlerin %76,2'si yurt içi yönlü olurken, %23,8'i yurt dışı yönlü uçuşlardır. En çok kullanılan havalimanları arasında Sabiha Gökçen %42,7 ile ilk sırada yer alırken, İstanbul havalimanı %39,8 ile ikinci, Esenboğa havalimanı %9,2 ile üçüncü, Antalya Havalimanı %3,9 ile dördüncü, Adnan Menderes Havalimanı %2,4 ile beşinci sırada yer almıştır.

Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HHKM), Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet (HFHKM), Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet (HATM), Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet (HFATM), Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış (HYB) için ayrı ayrı faktör analizi uygulanmıştır.

- Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet ifadeleri faktör analizi sonuçlarına göre 3 boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; Çalışanlardan memnuniyet", "Web sitesi memnuniyeti" ve "Ek hizmetlerden memnuniyet" boyutudur.
- Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet ifadelerine uygulanan faktör analizi sonuçlarına göre 6 alt boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; "Çalışanlardan memnuniyet", "Uçuş hizmetleri ve konfor", "Genel Hizmet", "Web-online işlemler", "Dakiklik" ve "sorun çözme" boyutları olarak sıralanmaktadır.
- Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyete İlişkin faktör analizinde "genel tedbirler" ve "yeme-içme ile ilgili tedbirler" olmak üzere iki boyut ortaya çıkmıştır.
- Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet ve Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış ifadelerine uygulanan faktör analizi sonuçlarına göre ise her birinin tek boyut olarak ortaya çıktığı görülmüştür.

Araştırma bağlamında analiz edilen ifadelere ilişkin yukarıda bahsi geçen tüm alt boyutların çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılıma uygun olduğu ve

güvenilirlik şartını sağladığı tespit edilmiştir. Boyutlar ve madde bazında elde edilen tanımlayıcı istatistiklere göre;

- Katılımcıların Havalimanı Hizmet Kalitesinden memnuniyette kararsız oldukları,
- Havalimanı çalışanlarından memnuniyetin nispeten yüksek olduğu,
- Web sitesi ve ek hizmetlerden memnuniyet seviyesinin kararsız düzeyinde olduğu
- Katılımcıların Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet konusunda kararsız oldukları,
- Çalışanlardan memnuniyet, web-online hizmetler, genel hizmet ve dakiklik hususlarında nispeten memnun oldukları,
- Uçuş hizmetleri ve konfor ile sorun çözme konusunda ise kararsız oldukları,
- Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet ve genel tedbirler açısından kararsız oldukları, yeme içme ile ilgili tedbirlerden ise memnun olmadıkları,
- Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet konusunda kararsız kaldıkları,
- Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu ile Yolculuğa Bakış konusunda kararsız kaldıkları görülmüştür.

Analiz alt boyutları ile demografik özellikler arasında uygulanan fark testleri sonuçlarına göre Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet ve Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizlerinde ve alt boyutlarında kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı farklara ulaşamamıştır.

Medeni duruma göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Ek hizmetlerden memnuniyet, Genel tedbirler, Yeme-içme ile ilgili tedbirler, Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet ve Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet değişkenlerinde evli ve bekâr katılımcılar arasında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm değişkenler için anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Genel tedbirler, yeme-içme ile ilgili tedbirler, hava alanında alınan tedbirler, havayolu firmasının aldığı tedbirlerden memnuniyetin bekâr katılımcılara kıyasla evli katılımcılarda daha yüksek olduğu görülmüştür.

Meslek gruplarına göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havayolu ile Yolculuğa Bakış değişkeninde anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Havayolu ile Yolculuğa Bakış boyutunda Çalışmayanların ortalaması ve kamu çalışanlarının ortalaması diğer tüm katılımcılardan düşük bulunmuştur.

Gelir gruplarına göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Web sitesi memnuniyeti değişkeninde anlamlı farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm alt boyutlarında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Web sitesi memnuniyeti boyutunda Gelir grubu 0-2900 TL olanların ortalaması diğer tüm gelir grubu katılımcılardan düşük bulunmuştur. Gelir gruplarına göre analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet ve Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizi alt boyutlarında anlamlı farklılık olmadığı anlaşılmıştır.

Analiz alt boyutları ile katılımcıların havayolu kullanım özellikleri arasında uygulanan hipotez testleri incelendiğinde;

- Havayolu kullanım yılı ile analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet ve Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet, Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet, Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet ve Havayolu ile Yolculuğa Bakış analizi tüm alt boyutlarında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Havayolu seyahat yönü ile analiz alt boyutlarının karşılaştırmasında Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet analizi alt boyutu olan Çalışanlardan memnuniyet ve Havalimanında Alınan Tedbirlerden Memnuniyet analizi alt boyutu olan Yeme-içme ile ilgili tedbirler boyutunda anlamlı farklılık söz konusudur. Diğer alt boyutlarda anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Çalışanlardan memnuniyet boyutunda yurt içi seyahat edenlerin ortalaması, yurt dışı seyahat edenlerin ortalamasından yüksektir. Yeme-içme ile ilgili tedbirler boyutunda yurt içi seyahat edenlerin ortalaması, yurt dışı seyahat edenlerin ortalamasından düşük bulunmuştur.

İşletmeler için öneriler

Covid-19 virüsünün etkisi tüm dünyada ve havacılık sektöründe devam etmektedir. Bu süreçte havalimanı işletmelerinin ve havayolu firmalarının, müşterilerin istek ve

ihtiyaçlarına hizmet kalitesi standartlarında cevap verebilmeleri, müşteriler ile kurulacak baē ve sadakat ilişkisi için önem arz etmektedir.

Araştırmacılar için neriler

Yapılan bu alışma Covid-19 pandemi sürecinin getirmiş olduēu zorunlu haller, maliyet ve zaman kısıtları sebebiyle online anket formunun en az bir sosyal medya platformu kullanan kullanıcılara ulaştırılması ile yapılmıştır. Sektörde pandemi koşullarının el verdiēi şartlarda diēer veri toplama yöntemleri kullanılarak çalışmalar yapılabilir. Daha geniş kapsamlı çalışmalar ile farklı sonuçlar elde edilerek mevcut verilerle karşılaştırmalar yapılabilir. Covid-19 pandemisinin sektörün başka kolları üzerinde çalışmalar yürütülebilir.

Araştırma, havacılık sektörü için daha önce karşılaşılmamış bir etki olduēu için kaynaklar yetersizdir. Ancak konu üzerinde araştırmalar her geçen gün hızla artmaktadır. Verilerin elde edilmesi için havacılık otoritelerinin çalışmaları takip edilebilir. Bu veriler yapılan ve yapılacak çalışmaların içerik zenginleştirmeleri için ışık tutacaktır.

KAYNAKÇA

- Akballı, E.E. (2017). *Kozmetik sektörü bağlamında; marka, marka yönetimi ve tüketici arasındaki ilişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Anlı, N. (2019). *Havayolu işletmesinde hizmet kalitesi ölçümü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi/Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, R. (2020). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve Covid-19. *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 8(85), 36-41.
- Ahmadı, A. A., Şirin, H., & Ergüder, T. (2020). Dünyada salgın tarihçesi. *Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Dergisi*, 1(2), 9-19.
- Asrın küresel salgını | Türkiye'nin korona virüsle başarılı mücadelesi (2021). <https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/TurkiyeninKoronavirusleBasariliMucadelesi.pdf> (10.04.2020)
- Bakırcı, M. (2020). Covid-19 pandemisinin Türkiye havayolu ulaşımına etkisi. *İstanbul Üniversitesi Türk Coğrafya Dergisi*, 76, 45-58.
- Bayat, M., Baydaş, A. & Atlı, C. (2015). Hizmet sektörünün kavramsal tanımı ve ulusal ekonomilerdeki önemi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 59-88.
- Bayuk, M. N. (2006). Hizmet pazarlaması ve müşteri tutma. *Akademik Bakış Dergisi, Türk Dünyası Celalabat İşletme Fakültesi Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (10), 1-12.
- Belek, İ. (1997). *Postkapitalist Paradigmalar*. İstanbul: Sorun Yayınları.
- Bulgan, U., & Gürdal, G. (2005). *Hizmet kalitesi ölçülebilir mi?* Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği, İstanbul.
- Bozpolat, C. (2019). *Hizmet pazarlamasına sosyolojik bir bakış*. Beta Basım Yayım Dağıtım. İstanbul.
- Canöz, N. (2015). Yabancıların havayolu ulaşımını tercih etme nedenleri: Türkiye'ye ait havayolu işletmeleri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 11(2), 196-213.
- Çırpın Küçük, B. & Kurt, D. (2016). Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesi ölçümü. *Journal of Transportation and Logistics* 1(1), 84-98.
- Çiçek, R. & Doğan, İ.C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: Niğde ili örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 199-217.
- Değermen Erenkol, H.A.. Hizmet Pazarlaması. İstanbul üniversitesi açık ve uzaktan eğitim fakültesi.

http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/isletme_ue/hizmetpazar.pdf (Erişim Tarihi: 30.10.2021).

Demir, E. (2021). İstatistik. Ankara üniversitesi açık ders malzemeleri: konu 9. <https://acikders.ankara.edu.tr/course/view.php?id=76#section-9> (Erişim Tarihi: 30.10.2021).

Demir, Ü. (2019). *Sivil havacılık sektöründeki hizmet yeniliklerinin algılanan hizmet kalitesi ve yolcu memnuniyetine etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.

Durmaz, Y. & Bahar, R. (2011). Tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde sosyolojik faktörlerin etkisinin incelenmesine yönelik bir çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 60-77.

Durmuş, H. (2020). Küresel Salgın Yönetimi. [pdf]. Erişim adresi: <http://abakus.inonu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11616/18920/E%c4%9fitim%20Sunum.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Erişim Tarihi: 22.09.2021).

Eroğlu, Y. (2020). Küresel pandemi öncesi hava yolu şirketlerinde yolcu tutumlarına etki eden unsurların tespit edilmesine yönelik bir değerlendirme. *Journal of Hospitality and Tourism Issues* 2(1), 25-38.

Gögebakan, T. (2020). Tarihteki Diğer Pandemiler: İnsanlık Diğer Ölümcül Salgın Hastalıklardan Nasıl Kurtuldu?. *verianaliz*. Erişim adresi: <https://verianaliz.net/pandemi-tarihi-corona-covid19-veri-analiz-infografik/#tarihanchor> (Erişim tarihi: 21/09/2021).

Göv, S.A.(2018). Havacılık sektöründe kalite sistemi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 15(2), 391-406.

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

Harvey, D. (2012). *Postmodernliğin Durumu*. İstanbul: Metis Yayınları.

ILO. (2020). *World Employment and Social Outlook*. Erişim Adresi: <https://www.ilo.org/wesodata/> (Erişim Tarihi: 16/07/2021).

International Civil Aviation Organization. (2021). Air Transport Accessibility. Erişim adresi: <https://www.icao.int/safety/iStars/Pages/Air-Transport-Accessibility.aspx> (Erişim Tarihi: 23.09.2021).

International Civil Aviation Organization. (2021). Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis. Erişim adresi: https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf (Erişim Tarihi: 23.09.2021).

Karaarslan, E. (2014). *Havayolu yolcu taşımacılığında hizmet kalitesinin geliştirilmesi üzerine bir araştırma: kabin hizmetlerinin müşteri tercihlerine etkisi*.

- (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karluk, S.R., Çatalbaş, N., Tonus, Ö., Sezgin, S., Erdem, E., Tuğcu, C.T., Toprak, M. (2019). *Türkiye ekonomisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kaya, L. (2018). *Sivil havacılık sektöründe müşteri eğilimlerini etkileyebilecek faktörler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kurt, Y. (2020). Covid-19 Salgın Döneminde Hava Taşımacılığının Yeniden Başlatılması: Yolcuları ve Havacılık Personelini Korumak için Temel Önlemler. *Gaziantep University Journal of Social Sciences 19 (COVID-19)*, 191-211. DOI: 10.21547/jss.758434
- İlgaz Sümer, S., & Eser, Z. (2006). Pazarlama karması elemanlarının evrimi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 165-186.
- Işık, E. (2021). *Havayolu hizmet kalitesinin yolcu memnuniyeti, sadakati ve tekrar satın alma davranışı üzerindeki etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Megne Tchoupe, V.C. (2019). *Service quality and customer satisfaction in airline industry: a comparison between turkish founded airlines* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mergen, E. (1993). Toplam kalite yönetimi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 25-33.
- Okumuş, A., & Asil, H. (2007). Hizmet kalitesi algılamasının havayolu yolcularının genel memnuniyet düzeylerine olan etkisinin incelenmesi. *İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme Dergisi* 36(2), 9.
- Ongun, M.T., Mızrak, M. Y., Yazıcı, A., Tepecik, F., Tekeli, S. (2013). *Hizmetler Ekonomisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özel, G.M. (2019). *Beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi ilişkisi: selçuk üniversitesi merkez kütüphanesi'nde bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özkan, T. (2021). Covid 19 sürecinde havacılık sektöründe tüketici davranışları. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 13(1), 687-700.
- Özsağır, A. & Akın, A. (2012). Hizmetler sektörü içinde hizmet ticaretinin yeri ve karşılaştırmalı bir analiz. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 11(41), 311-331.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parıldar, H. (2020). Tarihte bulaşıcı hastalık salgınları. *Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi*, 30(ek sayı), 19-26.

- Rasulzade, T. (2019). *Hizmet pazarlamasının müşteri memnuniyeti ve sadakatine etkisi üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM). (2020). *Havaalanı pandemi tedbirleri ve sertifikasyonu genelgesi*. Erişim adresi: <http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/mevzuat/sektorel/genelgeler/2020/Havaalani-pandemi-tedbirleri.pdf> (Erişim tarihi: 30/04/2021).
- Sürücü, M.A. (2020). *Türkiye’de faaliyet gösteren havayolu firmaları web sitelerinin hizmet kalitesinin ölçülmesi ve algılanan hizmet kalitesinin karşılaştırılması değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Tatar, C. (2018). *Türk havacılık tarihi (1909-1954) milli mücadele dönemi öncesi ve sonrası Türk havacılığı*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Taşar, M.O. (2009, Mayıs). Finansal regülasyonlar ve küresel kriz sürecinde Türk Dünyası bankacılık sistemlerinin yeniden yapılandırılması. *Dünyada Yeni Oluşumlar ve Türk Dünyası Sempozyumu*, Bakü.
- Tekin, A. (2021). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve ekonomik sonuçları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(40), 330-355.
- theGlobalEconomy.com. Erişim adresi: https://www.theglobaleconomy.com/Turkey/Share_of_services/ Erişim tarihi: (05/10/2021).
- Timoçin, D. (2021). Corona virüsü ilan edileli bir yıl oldu, Erişim adresi: <https://www.amerikaninsesi.com/a/corona-virusu-pandemi-ilan-edileli-bir-yil-oldu/5810370.html> (Erişim tarihi: 2/12/2021).
- Topal, B., Şahin, H., & Topal, B. (2019). Havayolu ile yolcu taşımacılığında müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: İstanbul hava limanları örneği. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 119-128.
- Tuncer, B. (2014). *Havalimanı terminal perakendecilik hizmetlerinin satın alma davranışına etkisi: Muğla Dalaman ve Antalya dış hatlar terminal örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Tunç, A., & Atıcı, F, Z. (2020). Dünyada ve Türkiye’de pandemilerle mücadele: risk ve kriz yönetimi bağlamında bir değerlendirme. *Troyacademy* 5 (2), 329-362.
- Tutuş, C. (19 Aralık 2020). Pazarlama karması, pazarlamanın 4P’sinden 7P’sine. Erişim adresi: <https://dijitalseruven.com/pazarlama-karmasi-ilkeleri-4p/> (Erişim tarihi: 26/12/2021).

- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2019). *İşgücü İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Agustos-2019-30692> (Erişim tarihi: 11/06/2021).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2020). *İşgücü İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2020-33785#>: (Erişim tarihi: 11/06/2021).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2021). *İşgücü İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2021-37486> (Erişim tarihi: 11/06/2021).
- Yaylalı, M., & Dilek, Ö. (2009). Erzurum’da yolcuların havayolu ulaşım tercihlerini etkileyen faktörlerin tespiti. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 1-21.
- Yıldırım, M.M. (2007). Know-How sözleşmeleri. *Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi*, 1, 207-257.
- Yılmaz, V., Filiz, Z., & Yaprak, B. (2007). Servqual yöntemiyle yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 299-316.
- World Trade Organization. (tarih yok). *Services Database*. Erişim Adresi: <http://i-tip.wto.org/services/Search.aspx> Erişim Tarihi: (16/07/2021).
- Zengin, E. & Erdal, A. (2000). Hizmet sektöründe toplam kalite yönetimi. *Kafkas Üniversitesi Dergisi*, 3(1), 43-56.

EKLER

Ek 1: Anket Formu

TÜRKİYE' DE COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE HAVACILIK HİZMETLERİNDEN VE SEKTÖRDE ALINAN TEDBİRLERDEN MEMNUNİYET DÜZEYİ

Sayfa 1

Sayın Katılımcı,

Bu anket Covid-19 pandemi sürecinde Türkiye'de havacılık hizmetlerinden ve sektörde alınan tedbirlerden memnuniyet düzeyini ölçmektedir. Ankete verdiğiniz cevaplar gizlilik ilkesi temelinde değerlendirilecek ve Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsünde yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacaktır. Lütfen tüm soruları yanıtlayınız. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Abidin Umut ÜNLÜLER
abidin.unluler@ogr.sakarya.edu.tr

Demografik Bilgiler

Cinsiyetiniz *

- ☐ Erkek
☐ Kadın

Yaşınız *

- ☐ 0-18
☐ 19-25
☐ 26-33
☐ 34-40
☐ 41-55
☐ 56 ve üstü

Medeni Durumunuz *

- ☐ Bekar
☐ Evli

Eğitim Düzeyiniz *

- ☐ İlköğretim
- ☐ Lise
- ☐ Lisans-Önlisans
- ☐ Lisansüstü

Meslek Bilgi si *

- ☐ Öğrenci
- ☐ Serbest Meslek
- ☐ Ev Hanımı
- ☐ Özel Sektör Çalışanı
- ☐ Kamu Çalışanı
- ☐ Çalışmıyor
- ☐ Diğer

Aylık Ortalama Gelir Düzeyiniz *

- ☐ 0-2900TL
- ☐ 2901-4500 TL
- ☐ 4501-7000 TL
- ☐ 7001-10.000 TL
- ☐ 10.001-15000 TL
- ☐ 15.001 ve üstü TL

Pandemi Öncesi Yıllık Havayolu Kullanım Sayısı *

- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-12
- ☐ 12-25
- ☐ 26 ve üzeri

Pandemi Başladıktan Sonra Yıllık Havayolu Kullanım Sayısı *

- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-12
- ☐ 13-25
- ☐ 26 ve üzeri

Kaç Yıldır Havayolu Ulaşımı Kullanıyorsunuz ? *

- ☐ 0-1 Yıl
- ☐ 2-5 Yıl
- ☐ 6-10 Yıl
- ☐ 11-20 Yıl
- ☐ 20 Yıl ve Üzeri

Havayolu Ulaşım Tercihlerinizde Genellikle Seyahat Amacınız Nedir ? *

- ☐ İş
- ☐ Turistik
- ☐ Aile ve Akraba Ziyareti
- ☐ Diğer (Lütfen Yazınız)

Uçuşlarınızda En Çok Hangi Havayolu Şirketini Tercih Ediyorsunuz ? *

- ☐ THY
- ☐ Pegasus
- ☐ Sun Express
- ☐ Anadolujet
- ☐ Onur Air
- ☐ Atlas Global
- ☐ Diğer (Lütfen Yazınız)

En Çok Kullandığınız Seyahat Yönü *

- ☐ Yurt İçi
- ☐ Yurt Dışı

Türkiye'de En Çok Kullandığınız Havalimanı Hangisidir? *

- ☐ İstanbul Havalimanı
- ☐ Sabiha Gökçen Havalimanı
- ☐ Esenboğa Havalimanı
- ☐ Adnan Menderes Havalimanı
- ☐ Antalya Havalimanı
- ☐ Diğer (Lütfen Belirtiniz)

Sayfa 3

Havalimanı Hizmet Kalitesinden Memnuniyet Anketi *

Lütfen En Çok Tercih Ettiğiniz Havalimanına Göre Cevaplayınız.

	Fikrim Yok	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	İ K
Havalimanı Çalışanları Görünüşü Kurumsal İmajı Yansıtıyor.	☐	☐	☐	☐	☐	

Çalışanların Davranışları Güven Veriyor.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çalışanların İş Bilgisi Yeterli Düzeydedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bekleme Salonları Yeterli ve Konforludur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Yemek Salonlarında Yemekler Lezzetli ve Çeşitli Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çağrı Merkezi Hizmetleri Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Web Sitesi İçeriği Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tuvaletler Temizdir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cip Özel Salonların Olması (Uçuş Öncesinde Dinlenme ve Yemek İçin) Benim İçin Önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Havalimanı Güvenliğini Yeterli Buluyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Havayolu Firması Hizmet Kalitesinden Memnuniyet *

Lütfen En Çok Tercih Ettiğiniz Havayolu Firmasına Göre Cevaplayınız

	Fikrim Yok	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Havayolu Firmasının Çalışanlarının Dış Görünüşü Kurumsal İmajını Yansıtıyor.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çalışanların Davranışları Güven Veriyor.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çalışanların İş Bilgisi Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Beklenmedik Durumlarda Çalışanların Yaklaşımları Olumludur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çalışanlar Yardım Etme İsteği İçerisindedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Koltuk Genişliği ve Koltuklar Arası Mesafe Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oturma Konforu Beklentileri Karşılacak Düzeydedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçak İçinde İkrım Servisleri Hoşuma Gider.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Yemekler Lezzetli ve Çeşitli Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçuş Eğlence Programları Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçuş Sırasında Gazete ve Dergiler Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çağrı Merkezi Hizmetleri Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Web Sitesinin Kullanımı Kolaydır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Web Sitesi						

İçeriği Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Online Check In İşlemleri Kolaydır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gecikme Ve İptallerin Oluş Sıklığı Azdır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçuş Sırasında Yapılan Anonslar Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçağın Kalkışı ve Varışı Zamanındadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Geciken Yolculara Yeterli Tolerans Gösterilir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sorunlu Bagaj İşlemlerinde Yapılan İşlemler Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kabin İçi Temiz ve Konforludur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tuvalet Hijyeni Yeterlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Verdiğim Ücret Beklentilerimi Karşılar.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Genel Olarak Bu Havayolu Firması Hizmetlerinden Memnunum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Seyahatlerimde Tekrar Aynı Havayolu Şirketini Tercih Ederim.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havalimanında Alınan Tedbirlere Memnuniyet *

Lütfen En Çok Tercih Ettiğiniz Havalimanına Göre Cevaplayınız

	Fikrim Yok	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Havalimanında Sağlık Otoritelerinin Belirlemiş Olduğu Tedbirler ve Kişisel Koruyucu Donanımlar	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Mevcuttur. Havalimanına Ulaşım İçin Kullanılan Özel Toplu Taşıma Servislerinde Seyretilmiş Oturma Düzeni ile Sosyal Mesafe Uygulaması(En az 1 metre) Mevcuttur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Havalimanına Ulaşım İçin Özel Toplu Taşıma Servislerini Kullanacak Olan Yolcuların Maskesiz Servis Kullanımına İzin Verilmez.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Havalimanını Kullanan Yolculara Termal Kamera ve/veya Temassız Isıölçer ile Vücut Sıcaklık Ölçüm Uygulaması Yapılmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Refakatçi Zorunluluğu Olan Yolcuların Refakatçisi Haridinde Yolcu Olmayanların (karşılayıcı/ uğurlayıcı) Terminal Binalarına Girişlerine İzin Verilmemektedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maskesiz Kişilerin Havaalanı ve Mütemmimlerine Girişine İzin Verilmemektedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sağlık Bakanlığınca Seyahate Uygun Olmadığı Düşünülen Kişilerin Seyahatlerine İzin Verilmemektedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Yolcu ve Bagajlar İle Doğrudan Temaslı Çalışan Personel, Maske/Koruyucu Gözlük/Eldiven gibi Koruyucu Ekipman Kullanmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Havalimanlarında Otoritelerin Belirlediği Kurallar Çerçevesinde Gerekli Temizlik ve Dezenfektan İşlemleri Yapılmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Havalandırma						

Sistemlerinde Virüs Yayılımını engellemek için HEPA Filtre Kullanılmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çocuk Oyun Alanları, Sigara İçme Odaları ve İbadethanelerde Sosyal Mesafe Tedbirleri Yeterli Düzeydedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ödeme Noktalarına ve Bagaj Teslim Yerlerine El Antiseptiği Yerleştirilmiştir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gerekli Görülmedikçe Kontrol Noktalarında Kimlik ve Gerekli Evraklara Dokunulmamaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tuvalet Temizlik İşlemlerinin Hijyenik Olduğunu Düşünüyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Basılı Yeme İçme Menüleri Kaldırılmış ve Online Menü Kullanılmaya Başlanmıştır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Yeme İçme Yerlerinde Tek Kullanımlık Çatal-Bıçak-Tabak ve Baharatlar Kullanılmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Havayolu Firmasının Aldığı Tedbirlerden Memnuniyet *

Lütfen En Çok Tercih Ettiğiniz Havayolu Firmasına Göre Cevaplayınız

	Fikrim Yok	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Firmanın Uçaklarında Sağlık Otoritelerinin Belirlemiş Olduğu Tedbirler ve Kişisel Koruyucu Donanımlar Mevcuttur.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Maskesiz Kişilerin Uçaklara Binmesine İzin Verilmemektedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçağa İniş Ve Binişlerde Sosyal Mesafe Kuralına Uyulmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçaklarda Oturma Düzeni Sosyal Mesafe Kuralına Uygun Şekilde Düzenlenmiştir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçuşlarda Laptop ve Çanta Dışında Kabin Bagajı Kabul Edilmemektedir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uçaklarda Otoritelerin Belirlediği Kurallar Çerçevesinde Gerekli Temizlik ve Dezenfektan İşlemleri Yapılmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tuvalet Temizlik İşlemlerinin Hijyenik Olduğunu Düşünüyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lütfen Aşağıdaki Sorulara Katılım Düzeyinizi Belirtiniz *

	Fikrim Yok	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Zorunlu Kalmadıkça Havayolu Ulaşımını Tercih Etmem.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Alınan Bütün Önlemlere Rağmen Havayolu Ulaşımının Tehlikeli Olduğunu Düşünüyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
İnsanların Genel Olarak Alınan Önlemlere Uymadığını Düşünüyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ankete Katıldığınız İçin Teşekkürler...

» **Redirection to final page of Online Anketler**

Ek 2: Etik Kurulu Onayı



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-29299
Konu : 34/62 Abidin Umut ÜNLÜLER

07.05.2021

Sayın Abidin Umut ÜNLÜLER

İlgi : Abidin Umut ÜNLÜLER 21.04.2021 tarihli ve 0 sayılı yazı

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığının 05.05.2021 tarihli ve 34 sayılı toplantısında alınan "62" nolu karar ile Abidin Umut ÜNLÜLER'in başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. İsmail HİRA
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doküman Kodu :BSR5330L-880 Pin Kodu :36542

Belge Takip Adresi : <http://193.140.253.232/em-kon-Sorgula/BelgeDokuman.aspx?cD=BSR5330L5N00&cS=29299>

Adres:Esentepe Kampüsü 54187 Söğütözü SAKARYA / KEP Adresi:

sakaryaniversitesi@hs01.kep.tr

Telefon No:0264 295 50 00 Faks No:0264 295 50 31

e-Posta: ozel@sakarya.edu.tr Elektronik Ağı: www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan

Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Abidin Umut ÜNLÜLER

ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Yılı
Yüksek Lisans	Sakarya Üniversitesi/ İşletme enstitüsü/ Üretim Yönetimi ve Pazarlama	Devam ediyor
Lisans	İstanbul Teknik Üniversitesi/Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi/Uçak Mühendisliği	Devam ediyor
Lisans	Anadolu Üniversitesi/İşletme Fakültesi/İşletme	2017
Önlisans	İstanbul Üniversitesi/Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu/Uçak Teknolojisi	2013
Lise	Borusan Asım Kocabıyık Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	2011

YABANCI DİL

İngilizce

ESERLER

1. Uysad 7. Uluslararası Yönetim ve Sosyal Bilimler Kongresi

Bildiri Konusu: Covid 19 Pandemisinin Havacılık Sektörü Üzerinde Etkileri