



**YER HİZMETLERİ KALİTE ALGISININ SERVPERF ÖLÇEĞİ İLE ANALİZİ:  
İSTANBUL HAVALİMANI VE İSTANBUL SABİHA GÖKÇEN  
HAVALİMANLARINI KULLANAN YOLCULAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Erdi BOZKIR**

**Eskişehir 2023**

**YER HİZMETLERİ KALİTE ALGISININ SERVPERF ÖLÇEĞİ İLE ANALİZİ:  
İSTANBUL HAVALİMANI VE İSTANBUL SABİHA GÖKÇEN  
HAVALİMANLARINI KULLANAN YOLCULAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Erdi BOZKIR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Sivil Havacılık Yönetimi Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK YILMAZ**

**Eskişehir**

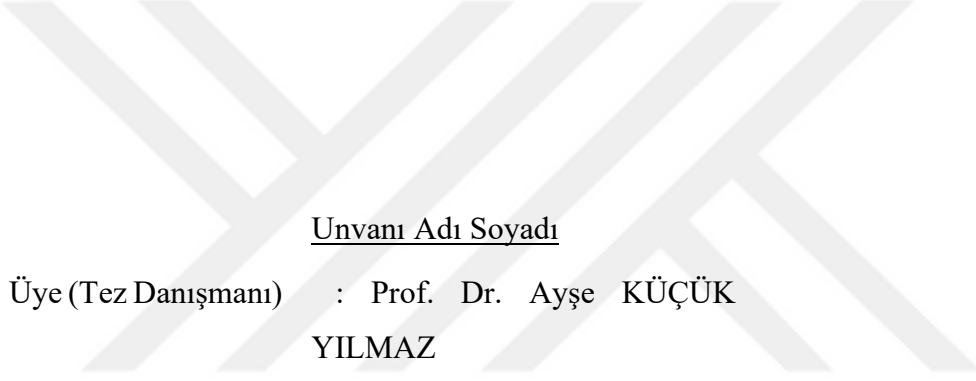
**Anadolu Üniversitesi**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Nisan 2023**

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Erdi BOZKIR'ın "Yer Hizmetleri Kalite Algısının Servperf Ölçeği ile Analizi: İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanlarını Kullanan Yolcular Üzerine Bir Araştırma" başlıklı tezi 03/04/2023 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Sivil Havacılık Yönetimi Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.



Unvanı Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK  
YILMAZ

Üye : Doç. Dr. Ali Talip AKPINAR

Üye : Prof. Dr. Serdar BOZKURT

Prof. Dr. Saime ÖNCE

Enstitü Müdürü

## ÖZET

### YER HİZMETLERİ KALİTE ALGISININ SERVPERF ÖLÇEĞİ İLE ANALİZİ: İSTANBUL HAVALİMANI VE İSTANBUL SABİHA GÖKÇEN HAVALİMANLARINI KULLANAN YOLCULAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Erdi BOZKIR

Sivil Havacılık Yönetimi Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nisan 2023

Danışman: Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK YILMAZ

Yer hizmetleri yönetimi havacılık sektörünün bir bileşenidir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde yer hizmetleri hizmet kalitesi algısı üzerine yapılmış çalışmalar mevcut olmakla beraber, bu çalışmada farklı olarak yer hizmetleri işletmelerinin sundukları hizmetin yolcu nezdindeki algısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Yer hizmetlerinin havacılık endüstrisinde havalimanı ve havayolu hizmet kalite algısını da etkileme potansiyeli mevcuttur. Çünkü yolcular çoğu zaman yer hizmetlerini havayolunun ya da havalimanının bir hizmeti olarak algırlar. Bu noktada tercih edilebilirliği etkileyen kritik noktalardan biri olma özelliğine sahiptir. Yolcu açısından hizmetin kalite algısının değerlendirilmesi hem havayolu hem de havalimanı tercih edilebilirliğini ve itibarını etkilemesi açısından önemli olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın verileri İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'nı iç hat seyahatleri amacıyla kullanan 397 yetişkin yolcudan elde edilmiştir. Araştırma kapsamına alınan ilgili yolcuların seyahatleri sırasında aldıkları yer hizmetlerinin hizmet kalitesi açısından performansının SERVPERF ölçeği kullanılarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada yolcuya sunulan hizmetlere yönelik kalite algısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda yaş ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılık 51-60 yaş ve 61 üzeri yaş grubu arasındaki katılımcılarda 'Güvenilirlik' boyutunda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Cinsiyet ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı farklılığın 'Empati' boyutunda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Eğitim durumu ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı farklılığın ise 'Lise ve altı' ve 'Ön lisans' eğitim düzeyindeki katılımcılarda 'Empati' boyutunda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Seyahat sıklığı ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı farklılık ise 'Haftada bir' ve 'Yılda bir' seyahat eden yolcular arasında 'Yanıt Verebilirlik' boyutunda gerçekleştiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Havayolu yer hizmetleri, Kalite algısı, Servperf, Hizmet kalitesi

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF GROUND SERVICES QUALITY PERCEPTION WITH SERVPERF SCALE: A RESEARCH ON PASSENGERS USING ISTANBUL AIRPORT AND ISTANBUL SABIHA GOKCEN AIRPORTS

Erdi BOZKIR

Department of Civil Aviation Management Anadolu University Social Sciences Institute, April  
2023

Supervisor: Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK YILMAZ

Ground handling management is a component of the aviation industry. When the studies are examined, although there are studies on the perception of ground handling service quality, in this study, the perception of the service offered by ground handling companies in the eyes of passengers has been tried to be evaluated. Ground handling services have the potential to affect the perception of airport and airline service quality in the aviation industry. Because passengers often perceive ground handling services as a service of the airline or the airport. At this point, it has the feature of being one of the critical points affecting preferability. Measuring the quality perception of the service in terms of passengers is considered important in terms of affecting the preferability and reputation of both the airline and the airport.

The data of this study were obtained from 397 adult passengers using Istanbul Airport and Istanbul Sabiha Gökçen Airport for domestic travel. It is aimed to evaluate the performance of the ground services in terms of service quality received by the passengers included in the scope of the research by using the SERVPERF scale.

In the study, the perception of quality for the services offered to the passengers was tried to be evaluated. As a result of the study, it was concluded that there is a significant difference between age and the perception of service quality. It was determined that this difference occurred in the dimension of 'Reliability' in the participants between the ages of 51-60 and over 61 years old. It was determined that there was a significant difference between gender and the perception of service quality in the dimension of 'Empathy'. It was determined that the significant difference between the education level and the perception of service quality was in the dimension of 'Empathy' in the participants at the 'high school and below' and 'associate degree' education levels. A significant difference between the frequency of travel and the perception of service quality was found to be in the dimension of 'Responsibility' between the passengers traveling 'once a week' and 'once a year'.

**Keywords:** Airline ground handling, Quality perception, Servperf, Service quality

## ÖNSÖZ

Ders aşamasından tez aşamasına kadar deneyimlerimden ve engin bilgi birikiminden yararlandığım değerli tez danışmanım Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK YILMAZ'a, savunma jürisinde bulunan değerli bilim insanları Prof. Dr. Serdar BOZKURT ve Doç. Dr. Ali Talip AKPINAR hocalarıma; bu süreçte hep yanımda olan aileme; yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen herkese en içten teşekkürlerim ve saygılarımla.



## ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANAMESİ

“Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.”

ERDİ BOZKIR

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖZET .....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ .....	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANAMESİ .....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	x
TABLolar DİZİNİ.....	xi
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xii
GİRİŞ.....	1
1. HİZMET VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARINA GENEL BAKIŞ.....	2
1.1. Hizmet Tanımı ve Özellikleri .....	2
1.1.1. Soyutluk özelliği .....	3
1.1.2. Ayrılmazlık özelliği .....	3
1.1.3. Değişkenlik özelliği .....	3
1.1.4. Depolanamama özelliği.....	4
1.2. Hizmet Kalitesi Tanımı, Özellikleri ve Boyutları.....	4
1.3. Hizmet Kalitesinin Boyutları .....	6
1.4. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri.....	7
1.4.1. Teknik ve fonksiyonel hizmet kalitesi modeli .....	7
1.4.2. Hizmet kalitesi ve müşteri tatmini modeli .....	7
1.4.3. Nitelik hizmet kalitesi modeli .....	8
1.4.4. Üç boyutlu hizmet kalitesi modeli .....	8
1.4.5. Servqual modeli .....	9
1.4.6. Servperf modeli.....	10

2. HAVAYOLU YER HİZMETLERİ KAPSAMI VE ÖZELLİKLERİ .....	12
2.1. Yer Hizmetleri Kavramı .....	12
2.2. Yer Hizmetleri Kuruluşlarının Yetki ve Sorumlulukları .....	12
2.2.1. A grubu çalışma ruhsatı .....	13
2.2.2. B grubu çalışma ruhsatı.....	13
2.2.3. C grubu çalışma ruhsatı.....	13
2.3. Havaalanı Yer Hizmeti Türleri .....	14
2.3.1. Temsil.....	14
2.3.2. Yük kontrolü ve haberleşme .....	14
2.3.3. Birim yükleme gereçlerinin (uld) kontrolü .....	15
2.3.4. Yolcu (ve bagaj) hizmetleri.....	15
2.3.5. Kargo ve posta.....	16
2.3.6. Ramp hizmeti .....	17
2.3.7. Hava aracı temizliği .....	17
2.3.8. Yakıt hizmetleri.....	18
2.3.9. Uçak hat bakım .....	19
2.3.10. Uçuş operasyonu ve mürettebat yönetimi .....	19
2.3.11. İkram servisi .....	20
2.3.12. Gözetim ve yönetim .....	21
2.3.13. Uçak özel güvenlik hizmet ve denetimi .....	22
3. ALANYAZIN ARAŞTIRMASI .....	24
4. YER HİZMETLERİ KALİTE ALGISININ SERVPERF ÖLÇEĞİ İLE ANALİZİ: İSTANBUL HAVALİMANI VE İSTANBUL SABİHA GÖKÇEN HAVALİMANLARINI KULLANAN YOLCULAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ..	38
4.1. Araştırmanın Konusu .....	38
4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	39
4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	39

4.4.	Araştırma Evreni ve Örneklem Seçimi .....	40
4.5.	Araştırmanın Yöntemi .....	40
4.6.	Araştırmanın Hipotezleri .....	41
5.	BULGULAR VE YORUM .....	47
5.1.	Araştırmaya Ait Değişkenlerin Frekans Analizleri .....	47
5.2.	Normallik Dağılımı.....	48
5.3.	Faktörlerin Birbirleri ile Korelasyonu .....	49
5.4.	Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA).....	49
5.5.	Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) .....	52
5.6.	Uyum İyiliği Değerleri.....	54
5.7.	Ölçüm Modeli ve Faktör Yükleri.....	54
5.8.	Güvenirlilik ve Geçerlilik Değerleri .....	55
5.9.	Ayrışım Geçerlilik Değerleri .....	56
5.10.	Cinsiyet T Testi .....	56
5.11.	Medeni Durum T Testi.....	57
5.12.	Yaş Anova Testi.....	58
5.13.	Eğitim Anova Testi .....	58
5.14.	Gelir Anova Testi.....	59
5.15.	Seyahat Sıklığı Anova Testi.....	61
6.	SONUÇ VE ÖNERİLER .....	67
7.	ÇALIŞMANIN KISITLARI VE ÖNERİLER .....	70
	KAYNAKÇA.....	71
	EKLER	
	ÖZGEÇMİŞ	

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. <i>Hipotezler Modeli</i> .....	46
Şekil 2. <i>Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)</i> .....	53



## TABLULAR DİZİNİ

	<b><u>Sayfa</u></b>
Tablo 3.1. <i>Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)</i> .....	25
Tablo 3.2 <i>Alanyazın Araştırması (Yer Hizmetleri)</i> .....	33
Tablo 5.1 <i>Katılımcıların Demografik Özellikleri</i> .....	48
Tablo 5.2 <i>Normallik Dağılımı</i> .....	48
Tablo 5.3 <i>Faktörlerin birbirleri ile korelasyonu</i> .....	49
Tablo 5.4. <i>Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)</i> .....	50

## KISALTMALAR DİZİNİ

**AFA:** Açımlayıcı Faktör Analizi

**DFA:** Doğrulayıcı Faktör Analizi

**SHGM:** Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü

**v.d.:** ve diğerleri



## GİRİŞ

Havacılık sektörü kendi bünyesinde birden fazla iş kolunun bir bileşimidir. Havayolu işletmelerinin varlığının yanında, havayolu işletmelerinin faaliyetlerini herhangi bir olumsuzlukla karşılaşmadan yerine getirebilmesi adına birden çok iş kolu aynı anda faaliyet göstermektedir. Bu faaliyet kollarından biri de yer hizmetleridir. Yer hizmetlerinin yerine getirdiği faaliyetler genel itibari ile değerlendirilecek olursa bir uçuşun gerçekleşebilmesi için önceden hava aracının teknik kontrollerinin yapılması; hava aracının operasyon esnasında ihtiyacı olabilecek maddi unsurların tedarik edilmesi; daha sonra bahse konu aracın faaliyetini yerine getirebilmesi adına operasyon sürecine hazırlanması; operasyonun bitimiyle uçuş faaliyetinin gerçekleşmesi adına meydan personelleri ve ekipmanlarının sürece dâhil olması; yer operasyonundan sonra hava aracının hava operasyonuna hazırlanması ve bu hava operasyonunun da bitiminde yine aynı süreçlere hazırlanma adına ekipman ve personelin hazırlanması sürecidir. Yer hizmetleri olarak nitelendirilen bu süreç, bir uçağın bir havalimanının pistine teker koyup tekrar teker kesene kadarki zaman diliminde, park alanında uçağa verilen bütün hizmetlerdir (Eski ve Tassus, 2018).

Gelişmişlik düzeyinin artması ile beraber hizmet sektörünün önemi her geçen gün artmaktadır. Her sektörde olduğu gibi hizmet sektöründe de rekabet, göze çarpan kavramlardan biridir. Kaliteli hizmet sunumu, günümüz rekabetçi ortamında başarılı olmanın ve hayatta kalmanın temel stratejisidir (Zeithaml, Berry ve Parasuraman, 1996).

Çalışmanın ilk bölümünde ‘hizmet’, ‘kalite’ ve ‘hizmet kalitesi’ kavramları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise yer hizmetleri kavramı üzerinde durulmuştur. Çalışmada ayrıca hizmet kalitesi ve yer hizmetleri ile ilgili yapılmış çalışmalar üzerinde durulmuştur. Yer hizmetleri kavramının kapsadığı alan geniş kapsamlı olmakla beraber bu bölümde, yolcuların havaalanına girdikten sonra biletleme hizmetleri, bavul hizmetleri ve uçağa geçiş sırasında alınan hizmetler detaylı incelenmiştir. Çalışmanın son kısmında bu süreçler esnasında yolcuların aldıkları hizmeti değerlendirdikleri bir anket formundan alınan veriler analiz edilmiş olup, değerlendirmeler ve öneriler ile çalışma sonlandırılmıştır.

## 1. HİZMET VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARINA GENEL BAKIŞ

Çalışmanın bu kısmında hizmet ve hizmet kalitesi kavramları kapsamaları, boyutları ve modelleri ile ele alınacaktır. Hizmet kavramı ile ilgili genel değerlendirmeden sonra hizmetlerin özellikleri, hizmet sınıflandırması kavramları ele alınacaktır. Sonraki başlıkta kalite kavramı değerlendirilecek olup, tanımı ve genel özellikleri hakkında bir değerlendirme yapılacaktır. Hizmet ve kalite disiplinlerini ortak paydada buluşturan hizmet kalitesi kavramı açıklanacaktır. Bu aşamada hizmet kalitesinin genel bir değerlendirmesinden sonra hizmet kalitesi, hizmet kalitesinin önemi, hizmet kalitesinin boyutları ve hizmet kalitesi modelleri üzerinde durulacaktır.

### 1.1. Hizmet Tanımı ve Özellikleri

Grönroos'a göre hizmet kavramı bugünkü kullanımlara bağlı olarak üç maddede değerlendirilebilir. Bunlar:

1. Bir faaliyet olarak hizmet,
2. Müşterinin değer yaratmasına bir bakış açısı olarak hizmet,
3. İş mantığı bağlamında sağlayıcının faaliyetlerine ilişkin bir bakış açısı olarak hizmet.

Bu maddelere göre hizmet kavramı, literatürde geleneksel olarak hizmet terimi ile nitelendirilen kavramdır. Bir kişi veya bir hizmet kuruluşunun, bir başka kişi veya kuruluşa, örneğin bir müşteriye ve onun günlük uygulamalarına (aktiviteler veya süreçler) yardımcı olmak amacıyla birtakım unsurları gerçekleştirdiği bir süreçtir. Bir temizlik personeli veya işletmesinin, müşterinin iş gömleğini yıkayıp ütölemesi ve bu sayede onun ofisine gitmesini sağlaması bir kişi veya kuruluşun faaliyetlerinin müşteri için değer sağladığını göstermektedir. Yukarıda belirtilen hizmet kavramının ikinci ve üçüncü bağlamı, hizmet faaliyeti ile ilgili olmamakla beraber, sırasıyla müşterilerin satın alma ve tüketim süreçleri (müşteri hizmetleri mantığı) ve kuruluşların iş ve pazarlama stratejileri (sağlayıcı hizmet mantığı) için bir temel olarak uygulanan veya uygulanabilen bakış açılarıdır (Grönroos, 2008).

Karafakıoğlu'na göre hizmet, bir kişi veya kurumdan bir diğer kişi veya kuruma sunulan, elle tutulmayan faaliyet veya yarardır (Karafakıoğlu, 1998).

İslamoğlu ve arkadaşlarına göre ise hizmet, tüketim faaliyetini gerçekleştirenlerin genellikle fiziksel olmayan sorunlarına çözüm getiren ya da bu süreci kolaylaştıran fayda ve etkinlikler bütünüdür (İslamoğlu vd., 2006).

Ramaswamy ise hizmeti, müşteriye tatmin edecek bir sonuç elde etmek amacıyla bir hizmet sağlayıcı ile müşteri arasında meydana gelen değiş tokuşlar olarak tanımlamıştır (Ramaswamy, 1996).

Palmer'a (1998) göre literatürde 'saf' hizmetlerin, onları mallardan ayıran bir takım ayırt edici özelliklere sahip olduğu ve bunların pazarlanma biçimleri üzerinde etkileri olduğu konusunda fikir birliği mevcuttur. Hizmetin genel olarak soyut olma, ayrılmazlık, değişkenlik ve depolanamama olmak üzere dört özelliği bulunmaktadır.

### **1.1.1. Soyutluk özelliği**

Wolak, Kalafatis ve Harris'e (1998) göre soyutluk, hizmetin ana özelliklerinden biridir. Cowell (1984) hizmet kavramını satın alınmadan önce tadılamayan, hissedilemeyen, görülemeyen veya koklanamayan olarak nitelendirmiştir. Koç'a (2015) göre hizmetlerin soyut olmasının bir sonucu olarak dokunulamayan ve elle tutulamayan özelliğinden dolayı fiziksel bir kanıtın olmayışı ile beraber tüketici nezdinde rekabet edebilecek unsurları değerlendirme zorluğu ve hizmet seçiminde belirsizlik ve risk algısı oluşturabilecektir.

### **1.1.2. Ayrılmazlık özelliği**

Ürünlerin aksine tipik olarak hizmetler, aynı zamanda üretilir ve tüketilirler. Örneğin bir kuaförden saç bakım talebinde bulunulması ve bu hizmetin yerine getirilmesi aynı zamanda meydana gelmektedir. Hizmetlerin ayrılmazlık özelliklerinin bir diğer unsuru ise telafisinin veya düzeltilmesinin her zaman mümkün olmamasıdır. Örneğin bir önceki örnekten yola çıkılacak olunursa, talep edilen saç bakım hizmetinin bir örneği olarak saç kesiminin, talep edilenden fazla olmasının geri dönüşü mümkün değildir (Allen ve Sawhney, 2015).

### **1.1.3. Değişkenlik özelliği**

Hizmetin daha önce üzerinde durulan bir özelliği olan ayrılmazlık, başka özelliklere de etki edebilmektedir. Sunulan hizmet, aynı anda üretilip tüketilmesinden dolayı ayrılmazlık özelliğinin unsurlarına sahiptir. Örnek verilecek olursa, yakın mesafelerde aynı standartlarda hizmet veren iki otel işletmesinin sunduğu hizmetler farklılık gösterebilir. Bu durumun sebebi her iki işletmenin hizmet sunumu esnasındaki

yaklaşımlarının farklılığından meydana gelebilir. Hizmet sunumunun hızlı ve yavaş olması bu duruma verilecek örneklerden biridir. Bir başka örnek ise otel işletmesinin çalışanlarından birinin çok yardımsever olmasının yanı sıra diğer işletmenin çalışanın bunun aksi yönde tavır ve davranışlarının olması örnek olarak gösterilebilir. Bir başka örnek ise bir çalışanın bir önceki gün hizmet sunumu iyi yönde iken bir başka gün yeterince iyi olmayabilir (Mudie ve Pirrie, 2006). Bütün bunlardan yola çıkarak hizmetlerin değişkenlik özelliğine sahip olduğu dile getirilebilir.

#### **1.1.4. Depolanamama özelliği**

Belli bir zaman dilimi içerisinde satılmayan somut bir çıktı olan ürün, kıymetinden kaybetse bile daha sonra maddi bir değer ve satılma ihtimaline sahip olmayı sürdürebilmektedir. Ancak bir uçuş öncesi satılmayan koltuklar, bir otel işletmesinin kiralanamayan odaları, bir eğitim öğretim kurumunun dolmamış kontenjanı gibi hizmet odaklı unsurların daha sonra satılabilme veya kâr elde edilebilmesinin imkanı mevcut değildir. Bu süreçler esnasında genel itibariyle elden çıkarılan, satılmaya çalışılan zaman kavramıdır (Koç, 2015). Hizmet unsurunun depolanamama durumundan kaynaklı olarak, hizmet kuruluşları meydana gelen zararın azaltılması adına maliyetleri en aza indirip esnekliği arttırmayı göz önünde bulundurur (Redman ve Mathews, 1998). Bu sebeple turizm, seyahat ve diğer hizmet kuruluşları zararın azaltılması adına satış promosyonu gibi unsurlara müracaat edebilmektedir (Koç, 2015).

#### **1.2. Hizmet Kalitesi Tanımı, Özellikleri ve Boyutları**

Parasuraman, Zeithaml ve Berry'ye göre kalite olgusu anlaşılması zor ve belirsiz bir yapıdır. Aynı yazarlara göre kalite, “ilk seferde doğru bir şekilde hayata geçirme” ya da “sıfır hata” olarak değerlendirilebilir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985). Dörtyol'a göre kökeni Yunan felsefesine kadar uzanan düşünce sistemine göre “kalite mükemmelliktir” yaklaşımı, kusursuz üretim faaliyeti için eldeki tüm olanakların kullanılmasını savunmaktadır (Dörtyol, 2014). Rosander'e göre kalite, ürün veya hizmet alanların gereksinimlerinin karşılanmasıdır. Satın alınan ürün veya hizmetin noksanlıkları, satın alma sürecinde karşılaşılan zorluklar veya zaman kaybı gibi olumsuz durumların süreç dışı bırakılması ve ürün veya hizmet satın alanlarının gereksinimlerinin bu olumsuzluklar olmaksızın karşılanmasıdır (Rosander, 1991).

Dörtyol'a göre hizmet alanında yaşanan değişim ve dönüşümler ile beraber tüketici konumunda bulunanların aldıkları ürün veya hizmetlerden duydukları tatmini ve bu insanların ileriye dönük tutumlarını etkileyecek olmasından ötürü hizmet kalitesi kavramının bu alandaki pazarlama alanı için önem verilen bir konu olmuştur (Dörtyol, 2014). Odabaşı'ya göre hizmet kalitesi, ürün veya hizmet alanların beklentilerinin karşılanması adına en üst düzeyde hizmet verilmesidir (Odabaşı, 2000).

Her sosyal olguda olduğu gibi hizmet sunumu esnasında da birden çok durum birbirini etkileyebilmektedir. Örneğin hizmet sunumu esnasındaki kalite ve bu kalitenin sonucu olarak elde edilen müşteri memnuniyeti, müşteri sadakatine etki edebilmektedir. Kazanılmış olan müşteri sadakati de ileriki dönemlerde elde edilebilecek gelirlerin güvence altına alınmasını sağlar. Bunun yanı sıra hizmet kalitesi ile elde edilen müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati, herhangi bir olasılıkta karşılaşılabilecek bir olumsuzlukta ürün veya hizmet alıcısının başka bir işletmeye yönelmesi ihtimalini de azaltmaktadır (Koç, 2015). İşletmelerin hizmet sunumu gerçekleştirdikleri alıcılarının veya diğer ifadeyle müşterilerinin sadakatlerini korumaları için hizmet kalitesine özen göstermeleri gerekmektedir.

Hizmet kalitesi rekabetçi bir ortamda bir işletme için hayatta kalmanın ve başarılı olabilmenin kilit faktörüdür (Suhartanto ve Noor, 2012). Üstün hizmet kalitesi, tekrar satın alma niyeti olan ve firmayı tavsiye eden müşteri memnuniyetini pekiştirir (Leong vd., 2015). Sundukları hizmetlerin yüksek kalitede olduğu işletmeler, hizmet teklifleri için yüzde sekize kadar daha fazla ücret alabilir; bu da karlılıklarını arttırır (Gilbert ve Wong, 2003). Bu şekilde işletmeler, rakiplerinden farklılaşarak hizmet sundukları pazarda önemli bir konum elde edebilmektedirler (Bawa, 2011). Kaliteli hizmet sunan işletmeler, iş yaşamlarında önemli bir konum elde ederek pazar paylarını arttırabilir ve bu sayede daha yüksek kârlılığa ulaşabilirler (Gilbert ve Wong, 2003).

Havacılık sektöründeki serbestleşme girişimlerinden sonra, havayolu sektörü oldukça rekabetçi bir ortam haline gelmiştir (Tiernan, Rhoades ve Waguespack, 2008). Bu sektörde rekabet eden işletmeler ancak fiyat ve hizmet kalitesi üzerinden farklılaşabilmektedir (Kim ve Lee, 2011). Fiyat rekabeti, uzun vadede sürdürülemez bir duruma sebep olmaktadır (Chou vd., 2011). Bunun yanı sıra havayolu yolcuları, hizmet kalitesine ilişkin algılarını, şirketin genel kalite değerlendirmesi için bir temel olarak sıklıkla kullanırlar (Babbar ve Koufteros, 2008).

### 1.3. Hizmet Kalitesinin Boyutları

Literatürde hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla boyut açısından değerlendiren birçok çalışma mevcuttur. Sasser, Olsen ve Wyckoff (1978) hizmetin kalite boyutlarını personel, tesis ve malzeme düzeyi olmak üzere üç başlıkta ele almışlardır. Yazarlara göre personel, sunulan hizmet açısından çalışanların doğrudan yaptıkları katkıyı; tesis, sunulan hizmet açısından mekanın önemi ve malzeme ise hizmet sunumu esnasındaki doğrudan varlıklar olmayan hammaddeyi temsil etmektedir. Grönroos hizmetin kalite boyutunun, teknik ve işlevsel kalite üzerine temellendiğini ve kurum imajının da hizmet kalitesinin belirlenmesinde önemli katkıları olan bir etken olduğu üzerinde durmaktadır (Grönroos, 1990).

Hizmet kalitesi ile ilgili olan bir başka çalışma ise Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin yaptıkları çalışmadır. Bu çalışmada yazarlar hizmet kalitesini 10 boyut üzerine temellendirmişlerdir.

- İlk boyut güvenilirliktir. Buna göre hizmetin ilk seferde doğru bir şekilde yerine getirilmesi bu başlığın kapsamına girmektedir.
- İkinci boyut hevesliliklerdir. Heveslilik boyutu çalışanların bir işi gerçekleştirmeye olan hazır oluş veya isteklilikleri ile ilgilidir.
- Üçüncü boyut ise bir hizmetin yerine getirilmesi için sahip olunan yetkinliktir.
- Dördüncü boyut olan erişilebilirlik ise kolay ulaşılabilme ve kolay iletişime geçebilmeyi temsil etmektedir.
- Nezaket olarak nitelendirilebilecek beşinci boyut ise, çalışanların müşterilere karşı nezaketini, saygısını ve arkadaşça tutumunu dile getirmektedir.
- İletişim olarak nitelendirilebileceğimiz altıncı boyut ise, işletmelerin özellikle müşterilerin iletişim dili ne ise ona göre iyi yetişmiş personel sağlaması gerekliliği üzerinde durulmaktadır.
- Yedinci boyut olarak prestij, işletmenin sahip olduğu güven üzerine temellenmektedir.
- Sekizinci boyut olarak güvenlik; tehlike, risk veya şüpheden uzak olmayı nitelendirmektedir.
- Dokuzuncu boyut olan müşteriye anlama, müşterilerin ihtiyaçlarını anlamaya odaklanılması ve bu amaçla çaba sarf edilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır.

- Onuncu ve son boyut olan somut özellikler ise, hizmetin fiziksel kanıtlarını nitelendirmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985).

#### **1.4. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri**

Hizmet kalitesinin ölçülmesi ile ilgili literatürde birden fazla ölçüm modeli mevcuttur. Seth, Deshmukh ve Vrat (2005) yaptıkları çalışmada 19 farklı hizmet kalitesi ölçüm modelini eleştirel bir şekilde değerlendirmektedirler.

Çalışmanın bu kısmında literatürdeki ölçüm modellerinden “Teknik ve Fonksiyonel Hizmet Kalitesi Modeli”, “Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini Modeli”, “Nitelik Hizmet Kalitesi Modeli”, “Üç Boyutlu Hizmet Kalitesi Modeli”, “SERVQUAL Modeli” ve “SERVPERF Modeli” üzerinde durulacaktır.

##### **1.4.1. Teknik ve fonksiyonel hizmet kalitesi modeli**

Günümüze kadar hizmet kalitesini ölçme amaçlı birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan biri, Grönroos’un “Teknik ve Fonksiyonel Hizmet Kalitesi” modelidir. Bu modelde Grönroos (1984), kaliteyi, teknik kalite, fonksiyonel kalite ve imaj kavramlarının bileşimi olarak nitelendirmektedir. Çalışmada üzerinde durulan noktalardan biri, algılanan kalite beklenen kaliteden yüksekse müşteri tatminin sağlandığı üzerinde durulmaktadır. Bu model ile ilgili olarak, Seyran’a göre (2004) müşterinin algıladığı kalite, hizmet çıktısını temsil eden teknik kalitenin, hizmetin ne olduğu, hizmetin nasıl üretildiği ile ilgilenen fonksiyonel kalitenin ve son olarak bu iki olgunun müşterinin zihninde oluşan kurum imajı ile birleşerek müşterinin algısındaki kalite kavramı oluşmaktadır.

##### **1.4.2. Hizmet kalitesi ve müşteri tatmini modeli**

Hizmet kalitesini ölçen diğer model ise Kano’nun “Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmini” modelidir. Kano vd. (1984), hizmet kalitesinin sağlanması adına müşteri memnuniyetinin yerine getirilmesi ve bunun da elde edilen tatmini nasıl etkilediği üzerinde durulması gerektiğini belirtmişlerdir. Yazarlara göre kalite, normal kalite, beklenen kalite ve heyecan verici kalite kavramlarının bileşiminden oluşmaktadır. Yazarlar normal kalitedeki bir ürünün, müşteriye sorulduğunda cevabı alınan gündelik gereksinimleri karşılayan ürünler olduklarını belirtirler. Beklenen kaliteyi temsil eden ürün ise dile getirilmesine gerek olmayan gereksinimleri bünyesinde barındırmaktadır. Yerine getirilmediğinde sorunlara yol açabilecek bu unsur, varlığında da özel öneme sahip değildir. Heyecan verici kaliteyi bünyesinde barındıran ürün veya hizmetler ise,

gerçekleştirilmemesi esnasında pek fazla önemsenmeyen ama yerine getirildiğinde tatmin derecesini önemli ölçüde arttırmaktadır.

#### **1.4.3. Nitelik hizmet kalitesi modeli**

Hizmet kalitesini ölçen bir diğer model ise, Haywood-Farmer (1988)'ın, müşterinin talep ve ihtiyaçlarının tutarlı bir biçimde yerine getirilmesi ile yüksek kalite elde edileceğini öne sürdüğü “Nitelik Hizmet Kalitesi” modelidir. Seth, Deshmukh ve Vrat'a göre (2005) bu model genel itibarı ile üç özelliğe sahiptir. İlki fiziksel imkanlar, ikincisi sunulan ürün ve hizmetlerden faydalanan tüketicilerin veya insanların davranışları ve son olarak profesyonel kararlardır. Yazarlara göre her bir özellik diğer özellik ya da özelliklere etki ederken, yine her bir özelliğin de kendi içinde farklı parametreleri mevcuttur.

#### **1.4.4. Üç boyutlu hizmet kalitesi modeli**

Hizmet kalitesini ölçen bir diğer model ise Lehtinen ve Lehtinen'in yaptıkları çalışma ile üzerinde durdukları “Üç Boyutlu Hizmet Kalitesi” modelidir. Yazarlar çalışmayı iki kısma ayırmışlardır. İlk kısımda hizmet kalitesini üç boyut üzerinde değerlendirmişlerdir. İlk boyut, fiziksel mal, ürün veya fiziksel hizmeti bünyesinde barındıran fiziksel kalite boyutudur. İkinci boyut ise, müşterinin ve işletme çalışanlarının birbirini ile etkileşime geçme aşamasını baz alan etkileşim kalitesi boyutudur. Etkileşim unsuru çalışan ve müşteri arasında olabilirken, müşterilerin diğer müşterilerle olan etkileşimleri de göz önünde bulundurulabilir. Son boyut ise, işletmenin kuruluşundan itibaren kendisinden ürün veya hizmet satın alanların nezdinde kazandığı olumlu imajın toplamı olan işletme kalitesi boyutudur. Bu boyut müşterilerin işletmeyi nasıl gördüğü ile ilgilenebilir. Aynı yazarlar aynı çalışmada ortaya koydukları ikinci bir yaklaşımda ise iki boyut kullanmışlardır. Bu yaklaşımda kalite, müşterilerin bakış açısı ile değerlendirilmiştir. Bu yaklaşımın birinci boyutu, müşterinin üretim sürecini nasıl değerlendirdiği ve bu sürece kendini nasıl bir yöntemle entegre ettiği üzerinde durulan süreç kalitesi boyutudur. Bir diğer boyut ise hizmet üretim sürecinden sonraki zaman diliminin değerlendirmesini barındıran çıktı kalitesi boyutudur. Bu boyut, değerlendirme sürecinin sadece hizmet veya ürün satın alan kişilerce değil, aynı zamanda bu kişilerin çevresindeki kişilerin de bu değerlendirme sürecine müdahil olabileceği üzerinde durmaktadır. Tüm bu üretim hizmetlerinin sonucu, iki kategori bünyesinde

değerlendirilebilir. Birincisi fiziksel özellikler iken ikincisi fiziksel olmayan özelliklerdir (Lehtinen ve Lehtinen, 1991).

#### **1.4.5. Servqual modeli**

Diğer hizmet kalitesi ölçüm modeli ise Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin oluşturduğu Servqual ölçüm modelidir. Değermen'in (2006) de üzerinde durduğu gibi, Servqual, bünyesindeki algılanan hizmet kalitesinin dayandığı temel, hizmeti satın alan müşterilerin ilgili hizmetten beklentileri ile hizmeti aldıkları işletmenin performansından edindikleri algılama arasındaki farka dayanmaktadır. Model iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım, hizmeti alan müşterilerin beklentileri ile ilgili kısımdır. Bu kısımda beklentileri anlamaya yönelik beş boyutla ilgili 22 adet ifade bulunmaktadır. Bu boyutlar, güvenilirlik, yanıt verilebilirlik, güvence, empati ve fiziksel varlıklardır. Modelin ikinci kısmı ise hizmet satın alınan işletme hakkındaki müşterilerin algılarının değerlendirildiği kısımdır (Zeithaml, Parasuraman ve Berry, 1990). Sonuç itibari ile alınan hizmetten müşteri memnun kalmışsa, yani alınan hizmet beklentileri karşılıyor ise veya bahse konu beklentilerin üzerinde ise alınan ya da satılan hizmetin kaliteli olduğu değerlendirilmesinde bulunulabilir. Ancak verilen hizmetten memnuniyet durumu mevcut değilse yani alınan ya da satılan hizmet beklentilerin altında ise memnuniyetsizlik kavramının var olduğu dile getirilebilir. Buradan yola çıkarak Servqual analizinin fark analizi olduğu değerlendirilmesinde bulunulabilir (Okumuş ve Duygun, 2008).

Parasuraman ve arkadaşları hizmet kalitesini güvenilirlik, heveslilik, yetkinlik, erişilebilirlik, nezaket, iletişim, prestij, güvenlik, müşteriye anlama, somut özellikler olmak üzere 10 boyut bağlamında incelemişlerdi. Ancak bu araştırmacıların yaptıkları çalışmalar devam ettikçe, algılanan hizmet kalitesinin ölçümü için fiziksel boyut, güvenilirlik boyutu, heveslilik boyutu, güven boyutu ve empati boyutunun daha etkili olduğu çıkarımında bulunmuşlardır. Bu beş boyut çalışmalarda daha yüksek düzeyde ilişkiye sahipken kendi aralarında da ilişkili oldukları sonucuna ulaşmışlardır (Okumuş ve Duygun, 2008).

Eleren ve Kılıç' a göre,

- Hizmet sunumu gerçekleştiren işletmenin sahip olduğu bina gibi yapılar ya da araç ve gereçler ya da hizmet sunumu gerçekleştiren personellerin görünümü fiziksel boyutu,

- Yerine getirilmesine söz verilen bir hizmetin doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirilebilmesi yeteneği güvenilirlik boyutunu,
- Hizmet sunulan müşteriye yardım etme durumu ve bu konudaki isteklilik, heveslilik boyutunu,
- Hizmet sunumu gerçekleştiren çalışanların yeterli bilgi birikimine sahip olmaları ve müşteriye karşı nazik bir tutuma sahip olmaları güven boyutunu,
- Hizmet sunumu gerçekleştiren işletmenin müşterilere kişisel düzeyde ilgi göstermesi ve kendilerini onların yerine koyması empati boyutunu temsil etmektedir (Eleren ve Kılıç, 2007).

Bülbül ve Demirer'in (2008) de üzerinde durduğu gibi Servqual ölçüm modeli müşteriler nezdinde beklenen ve algılanan kalite değerlendirmesi arasındaki farka dayanır. Bu nedenle elde edilmesi planan veriler birbirini takip eden iki ayrı anket ile elde edilmektedir. Birinci ankette beklentiler ikinci ankette ise algılananlar değerlendirilmekte; son aşama olarak beklentilerden elde edilen değerlerden algılananlardan elde edilen değerlerin çıkarılması ile hizmet kalitesi sonucu elde edilmektedir. Yılmaz, Çelik ve Depren'in (2007) de belirttiği gibi elde edilen sonuçlar üç grupta değerlendirilebilir. Birinci grubu temsil eden sonuç, müşterilerin beklentilerinin az ama karşılaştıkları ve aldıkları hizmetin kalitesinin fazla olması durumudur. Yüksek kalite istenen bir sonuç olmakla beraber bir sonraki sefer müşterinin beklentisinin fazla olmasına sebebiyet verecektir. Bir diğer grubu temsil eden sonuç doğru kalite durumudur. Bu kalite durumunda, beklenen kalite tam olarak karşılanmaktadır. Ancak bu aşamada dikkat edilmesi gereken bir husus, bu sürecin durağan olmamasına dikkat edilmesi gerektiğidir. Buna dikkat edilmediği durumlarda sunulan hizmetin kalitesi düşmekle sonuçlanacaktır. Son grubu temsil eden sonuç ise, düşük kalite durumudur. Bu aşamada hizmet satın alan müşterilerin beklentileri yüksek olmakla beraber, aldıkları hizmet sonucu oluşan algıları ise düşüktür. Müşterilerin beklentilerinin karşılanmadığı bu durumda, hizmet satın alan müşterinin memnuniyetsizliği durumu oluşur.

#### **1.4.6. Servperf modeli**

Üzerinde durulacak son hizmet kalitesi ölçüm modeli ise Servqual yöntemine alternatif bir model olarak Cronin ve Taylor (1994) tarafından geliştirilen Servperf modelidir. Yazarlar bu çalışmalarında Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirmiş oldukları Servqual yöntemine eleştiri getirmiş ve Servperf yönteminin kalite ölçümünde

daha etkili olduğu üzerinde durmuşlardır. Yazarlara göre hizmet sunumu gerçekleştiren işletmenin performansı müşterilerin algılama düzeyine bağlıdır. Dolayısı ile beklentilerinin algı düzeyi kadar önemli olmadığını belirtirler. Şerefkaya (1997) teorikte algılanan ve beklenen hizmet kalitesi arasındaki farkın, temel olarak ele alındığı dellilerin azlığı üzerinde durmaktadır. Bu sebeple Servperf ölçeğinin, hizmet kalitesini ölçerken bu farka odaklanmak yerine, hizmet kalitesini gösterilen performans düzeyinde ölçmeyi amaçladığı üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşımla, beklenti unsurunun dikkate alınmadığı, algılanan hizmet kalitesine odaklanıldığı söylenebilir. Cronin ve Taylor (1992), Parasuraman ve arkadaşlarının modellerinde kullandıkları 22 değişkeni, algılanan performansa uyarlayarak Servperf modeli uygulamışlardır. Bu modelde sadece algılanan performans dikkate alınmıştır. Brochado (2009), Servperf ölçeğinin elde edilen varyansların açıklanmasında Servqual ölçeğinden daha etkili olduğu üzerinde dururken; Rodríguez-González ve Segarra (2016) ise bu tip değerlendirmelere taraf olmadıklarını ve her bir ölçüm modelinin farklı iş kollarında değerlendirilmeleri gerektiği üzerinde durmaktadırlar.

Buraya kadar hizmet ve kalite kavramları gibi kavramlar üzerinde durulmuştur. Çalışma yer hizmetleri kuruluşlarının hizmet kalitelerinin değerlendirilmesi üzerine temellendiği için bir sonraki kısımda havacılıkta yer hizmetleri kavramı ve yer hizmetleri işletmelerinin çalışma alanları açıklanmaya çalışılmıştır.

## **2. HAVAYOLU YER HİZMETLERİ KAPSAMI VE ÖZELLİKLERİ**

Çalışmanın bu kısmında yer hizmetleri kavramı üzerinde durulduktan sonra, yer hizmetlerinin yetki ve sorumlulukları; yer hizmetleri kuruluşlarının çalışma ruhsatları ve yer hizmetleri türleri açıklanmıştır.

### **2.1. Yer Hizmetleri Kavramı**

Havacılık sektörü, rekabet ortamında kayda değer bir değişim ve gelişim kaydetmektedir. Sivil havacılık sektörü günümüz taşımacılık sektörlerinden en fazla dikkati çeken sektör olmuştur. Gelişmiş teknoloji kullanımı, rakabetin yoğun bir şekilde yaşanması ve küresel olgulardan etkilendiği kadar ekonomik unsurlardan da etkilenmektedir (Yılmaz, 2020).

Havalimanı yer operasyonları veya diğer isimlendirmesi ile yer hizmetleri, hava tarafında uçaklara ve kara tarafında/terminalde ise yolculara, var olan havalimanı prosedürleri ışığında sunulan hizmetlerdir. Yer hizmetleri, uçağın inişi ile kalkışı arasında bir havayolu şirketine verilir. Hava aracı ve yolculara verilen hizmetler sırası ile, uçağın yanaştırılması, yükleme/boşaltmanın yapılması, yakıt ikmalinin gerçekleştirilmesi, temizlik hizmetinin yerine getirilmesi, ikramların temini, bagajların taşınması, yolcunun uçaktan terminal binasına ya da terminal binasından uçağa taşınması, kargo elleçleme, uçak bakımı ve havacılık güvenliği hizmetleridir (Türel vd., 2019).

Eski ve Tassus (2018) yer hizmetleri kavramını, bir uçağın havaalanına inişinden kalkış anına kadar yerde aldığı hizmetleri kapsadığını belirtir.

Ek ve Akselsson'a göre (2007) yer hizmetlerinin iş performansı, sivil havacılık sektörünün uçuş döngüsünün önemli bir bileşenidir. Yazarlara göre, yer hizmetleri bünyesinde verilen yakıt ikmal, bagaj yükleme ve indirme, uçağın çekilmesi, itilmesi gibi hizmetler esnasında güvenli ve verimli bir performans elde edilmesi gerekir.

### **2.2. Yer Hizmetleri Kuruluşlarının Yetki ve Sorumlulukları**

14 Haziran 2022 tarihli ve 31866 sayılı Resmi Gazete'de "Havalimanları/Havaalanları Yer Hizmetleri Yönetmeliği" (SHY-22)'de değişiklik yapılmasına dair yönetmelik yayımlanmıştır. Bu yönetmeliğin yedinci maddesi A, B ve C grubu çalışma ruhsatlarına sahip yer hizmetleri işletmelerinin sorumluluk ve yetkileri üzerinde durmaktadır.

### **2.2.1. A grubu çalışma ruhsatı**

Yönetmeliğe göre A grubu çalışma ruhsatına sahip kuruluş, faaliyet göstereceği havalimanlarında/havaalanlarında yine aynı yönetmeliğin beşinci maddesinde belirtilen hizmetlerin tamamını veya “en az yolcu hizmetleri, yük kontrolü ve haberleşme, ramp ile kargo ve posta hizmetlerini, hava taşıyıcısına her bir hizmet türü için A grubu çalışma ruhsatı olarak yapmaya yetkilidir.” (SHGM, 2022).

Yine aynı yönetmeliğe göre “ilk defa A grubu çalışma ruhsatı alacak kuruluş, uluslararası trafiğe açık en az üç havalimanında/havaalanında, 5 inci maddede belirtilen hizmetlerden en az yolcu hizmetleri, yük kontrolü ve haberleşme, ramp ile kargo ve posta hizmetlerini vermek üzere teşkilatlanmak zorundadır.” Yönetmeliğe göre, faaliyette bulunan havaalanı veya havalimanında yolcu trafiği mevcut değilse “yolcu hizmetleri” ruhsatı alınması zorunlu değildir (SHGM, 2022).

A Grubu Çalışma Ruhsatı edinmiş yer hizmetleri işletmelerinin ödenmiş sermayeleri üç milyon dolar karşılığı Türk lirasından az olamaz (Eski ve Tasus, 2018).

### **2.2.2. B grubu çalışma ruhsatı**

Yönetmeliğe göre B grubu çalışma ruhsatına sahip hava taşıyıcısı yerli taşıyıcı ise, “ulaşım hizmeti hariç olmak üzere, bu Yönetmeliğin 5 inci maddesinde belirtilen yer hizmet türlerinin tamamını veya bir kısmını B grubu çalışma ruhsatı olarak kendi için yapmaya yetkilidir.” (SHGM, 2022).

Eğer taşıyıcı yabancı taşıyıcı ise “9 uncu maddede belirtilen yer hizmet türlerinin tamamını veya bir kısmını B grubu çalışma ruhsatı olarak kendi için yapmaya yetkilidir.” (SHGM, 2022).

### **2.2.3. C grubu çalışma ruhsatı**

Yönetmeliğe göre “C grubu çalışma ruhsatı alan kuruluş, 5 inci maddede belirtilen ikram servis, uçuş operasyon, temsil, gözetim ve yönetim, uçak özel güvenlik hizmet ve denetimi ile kargo ve posta hizmetlerinin tamamını veya bir kısmını yapmaya yetkilidir.” (SHGM, 2022).

C grubu çalışma ruhsatı, gözetim ve temsil, özel güvenlik hizmeti, yönetim, ikram servisleri, uçuş operasyon ve uçak denetim hizmetlerini yerine getirmek amacıyla yetkilendirilmiş özel hukuk tüzel kişilerine verilecek, her bir hizmet için ayrı ayrı olan çalışma belgelerini içermektedir (Yılmaz, 2020).

C grubu çalışma ruhsatı edinen yer hizmetleri işletmelerinin ödenmiş sermayeleri 200 bin dolar karşılığı Türk lirasından az olamaz (Eski ve Tasus, 2018).

### **2.3. Havaalanı Yer Hizmeti Türleri**

Havaalanlarında sunulan yer hizmetlerini açıklamak için Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün Havaalanları Dairesi'nin 16.05.2017 tarihinde SHT-YHT talimat kodu ile yayınladığı "Havalimanları Yer Hizmet Türleri ve Detayları Talimatı"ndan faydalanılacaktır (SHGM, 2017). Bu talimata göre verilen hizmetler 13 başlık altında değerlendirilecektir.

#### **2.3.1. Temsil**

Bu başlıktaki maddelerden yola çıkarak, havayolu taşımacısı adına yer hizmetleri işletmeleri birtakım faaliyetlerde bulunur. Havayolu taşımacısı adına işletmeciler ve yerel makamlar ile irtibat kurulması, havayolu taşıyıcısının hava araçlarının hareketlerini ilgili makamlara bildirmek gibi tanımlanmış faaliyetler mevcuttur (SHGM, 2017).

Türkiye'de faaliyet gösteren yer hizmetleri işletmelerinden biri olan Havaş'ın internet sitesinden alınan bilgiye göre bir yer hizmetleri kuruluşu olarak Havaş, gerçekleştirilen uçuşlar ile ilgili istatistiki bilgileri, raporları ve belgeleri hazırlayarak havayolu işletmelerine iletir. Ayrıca yetkili otorite makamlarına karşı havayolu işletmelerini temsil eder (http-2).

Yer hizmetleri işletmesi olan TGS (Turkish Ground Services), internet sitelerinde belirttikleri gibi, kendi işletmelerinin teminatı ve garantörlüğü altında emniyet, gümrük ve terminal işletmeleri gibi 3. taraf otorite ve kuruluşlara, hizmet verilen havayolu işletmesinin ödemelerini yapmakta, teminat vermekte ve işlemlerini takip etmektedirler (http-4).

#### **2.3.2. Yük kontrolü ve haberleşme**

Yük kontrolü başlığı altında yer hizmetleri işletmelerinin yapmaları gereken, hava aracı ile havaalanları binaları arasında uçuş evraklarının taşınması, dağıtılması; yükleme ile ilgili olabilecek dokümanların hazırlanmasından dosyalanmasına kadar olan sürecin yönetilmesi; uçuşlardan elde edilen bilgilerin toplanması ve gönderilmesini sağlamaktır. Haberleşmede başlığı altında ise yer hizmetleri işletmeleri, uçuşlar ile ilgili mesajlaşmaların alışverişinin sağlanması ve bu verilerin doksan gün saklanması ve yer istasyonu ile hava araçlarının iletişimini sağlamakla yükümlüdür. Yer hizmetleri işletmesi, havayolu taşıyıcısının, kalkış kontrol sistemine erişmesine ekipman ve kolaylık

sağlama ve bunları işletmekle yükümlüdür. Bu hizmetin sağlanabilmesi için taşıyıcının yolcu ve bagaj kabul işlemi, yük kontrolü, kayıp bagaj araştırması gibi birtakım sistemlere erişebilmektedir (SHGM, 2017).

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün TGS Yer Hizmetleri işletmesinin katkısıyla yayınlanan “Yük Kontrolü ve Haberleşme” isimli kitapta belirtildiği üzere, yük kontrolü başlığı altında uçağın yapısal yük limitleri göz önünde bulundurularak, yükleme yapılması ve bu yükleme süreçlerinin de belli kontroller altında olmasının sağlanması gerekmektedir. Yükleme sürecinin belli bir plan çerçevesinde yapılması, yükleme ve ağırlık denge formunun birbiri ile uyumlu olması gerekmektedir. Ayrıca yükleme sürecinin sonunda yine aynı eserde haberleşme süreci de ele alınmaktadır. Yapılan yüklemeler ve uçağın bagaj yükü haricindeki yükler ile ilgili bilgilendirme ağırlık denge formu dışında ayrıca karşı istasyona bilgilendirme mesajları da gönderilmektedir. “Societe internationale de telecommunications aeronautiques” olarak da bilinen kısaltılmış ismi ‘SITA’ olan sistemle yük ve yolcu bilgileri karşı istasyona gönderilmektedir (SHGM, 2015).

### **2.3.3. Birim yükleme gereçlerinin (uld) kontrolü**

Havacılık Eğitim Merkezi katkıları ile yayınlanan esere göre, birim yükleme, birim yükleme araçlarının ‘highloader’ adı verilen teçhizatın kullanılması ile yapılan yüklemedir. Uçak yükleme alanlarından biri olan kargo bölümünde konteynir ve palet yüklenmesi için ayrı kilit sistemleri mevcuttur. Uçak kargo kısmı yükleme amacı ile kısımlara ayrılmaktadır. Her kısmın kendisine ait kilit sistemleri mevcut olduğundan dolayı, herhangi planlanan bir kısma yükleme yapılmasa dahi güvenlik açısından kilit sistemi kapalı olmalıdır (SHGM, 2016).

Yer hizmetleri işletmeleri taşıyıcının yükleme gereçlerini depolayacak alan bulma ve bu alanın düzenini sağlamakla yükümlüdür. Bu araçların güvenliğinin sağlanması ve izinsiz kullanımı gibi olumsuz durumların engellenmesinden de sorumludur. Bu araçların stok kontrolünün yapılması, bilgilendirmenin sağlanması için mesajlaşmaların yapılması araçların hasar görme durumuna karşı yapılması gerekenlerin hayata geçirilmesi ile de yükümlüdür (SHGM, 2017).

### **2.3.4. Yolcu (ve bagaj) hizmetleri**

Bu başlık altında, bir yolcuya havaalanına gelişinden diğer havaalanından çıkışına kadarki süreçte verilebilecek hizmetler değerlendirilmiştir. Örneğin başka araçlarla

havaalanına gelen yolcunun karşılanması ya da gelen yolcunun başka araçlarla uğurlanması; gelen yolcularla ve onların bagajları ile ilgilenerek uçuşa hazır hale gelmelerine yardımcı olmak yolcu ve bagaj hizmetlerinin genel tanımlamasının içerisinde girmektedir (SHGM, 2017).

Yer hizmeti işletmelerinden Çelebi Hava Servisi, ortaklarına ve kendilerinden hizmet alan yolculara tam ölçekli hizmet sunumu gerçekleştirdiklerini belirtmektedirler. Yolcunun uçuşa kabul edilmesi işlemi olan check-in sürecinden, bilet satış ve kayıp eşya hizmetine kadar farklı hizmet sunumu gerçekleştirmektedirler. Bu hizmetlerden hem geleneksel taşıyıcıların hem de düşük maliyetli taşıyıcıların yararlandıkları belirtilmektedir. Yolcu ve bagaj hizmetleri kısaca aşağıdaki hizmet başlıklarını kapsamaktadır (http-7):

- Check-in (Uçuşa kabul süreci)
- Biniş kapısı aktiviteleri (Boarding süreci)
- Geliş Hizmetleri
- Küçük yaşlı yolculara uçağa kadar eşlik etme hizmeti (UM yolcular)
- Hareket ve/veya işitme kabiliyeti azalmış yolculara yardımcı olunması
- Görme kabiliyeti azalmış ve/veya okumakta güçlük çeken yolculara yardım edilmesi
- Bilet satışı.

### **2.3.5. Kargo ve posta**

Havaş Yer Hizmetleri işletmesi katkıları ile hazırlanan ‘Ramp Hizmetleri’ isimli kaynakta belirtildiği üzere hava yolu taşımacılığı ile taşınması sağlanan kargo ve postalar gelen ve giden olarak ikiye ayrılmaktadır. Her iki aşamada kargo ve postanın takibi ile kargo departmanı ilgilenmektedir. Gelen kargo, kargo personelinin uçağı karşılaması ve kargo dokümanlarını uçaktan alması ile başlar. Kargolar gümrük görevlisinin bulunmasının zorunlu olduğu durumlarda gümrük personeli nezaretinde sayılarak yetkili birime teslimatı yapılır. Giden kargolarda ise havayolu işletmelerinin rezervasyon listelerine göre tanzimi ve gönderilmesi süreci takip edilir. Aynı süreçler gelen ve giden postalar için de geçerlidir. Yalnız kargo işlemlerinin aksine posta gümrük işlemlerinde beyan kapama işlemi yapılmamaktadır (SHGM, 2014).

Taşıyıcının taşıdığı veya kendisine geldiği kargoları ile ilgilenmek; başka taşıyıcılara aktarılacak kargoların takibini yapmak, posta kargoları ile ilgili süreçleri takip etmek de yer hizmetleri işletmelerinin sorumluluk alanlarına girmektedir (SHGM, 2017).

### **2.3.6. Ramp hizmeti**

Hava araçlarının park pozisyonuna giriş ve çıkış süreçlerinde; park pozisyonlarında güvenli bir şekilde park edilmesini sağlama; elektrik sağlanması gibi teknik donanımların tedarik edilmesi; yer ile uçucu personel arasındaki iletişim sağlanması için gerekli süreçlerin ve donanımın temin edilmesinin sağlanması; yolcuların beraberindeki veya diğer yüklerin yüklenmesi ve boşaltılmasının sağlanması; operasyon sonunda motor çalıştırılması için gerekli ekipmanları tedarik etmek; yangın gibi beklenmedik durumlarla ilgili güvenlik önlemlerinin yerine getirilmesi ve hava aracının, taşıyıcının talimatları doğrultusunda yer değiştirmesinin sağlanması için teknik donanım ve insan kaynağı temin etmek yer hizmetleri işletmelerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

Yer hizmetleri işletmelerinden Çelebi Hava Servisi'nin internet sitesinden yayınlanan bilgiye göre, yer hizmetleri işletmesi olarak uçağın park edilmesini, yükleme ve boşaltma hizmetlerinin sağlanması, uçağın gerekli zamanlarda ve zorunlu durumlarda çekilerek yanaştırılması, ısıtma ve soğutma hizmetlerinin sağlanması yönünde hizmet sunumu gerçekleştirmektedir (<http-3>).

Uçağın yerde kalış süreci esnasında tüm elleçleme faaliyetleri, bagaj işlemleri, ağırlık denge formu ve yükleme formlarının uymunu denetlemek yer hizmetleri işletmelerinin faaliyetleri arasında bulunmaktadır (<http-5>).

### **2.3.7. Hava aracı temizliği**

Pilot mahalli kısımlarının kabin pencerelerinin, uçak merdivenlerinin belli sınırlar içinde temizliği, motor kapaklarında oluşan yağların ve hava aracının belirli dış yüzeylerini; hava aracının iç temizliğinin sağlanması ve düzenlenmesi; tuvalet atıklarının uçaktan uzaklaştırılması ve gerekli temizlik süreçlerinin sağlanması; hava aracının su ihtiyacının sağlanması; soğutma ve ısıtma cihazlarının temini ve kullanılmasının sağlanması; taşıyıcının talimatları doğrultusunda hava aracının kar ve buz gibi nesnelere temizlenmesi; buzlanma karşıtı nesnelere temini ve bu süreçlerin yerine getirilmesi; taşıyıcının talimatları doğrultusunda yazılı ve basılı kaynakların uçaktan toplanması veya uçağa yüklenmesinin sağlanması; taşıyıcının kabin materyallerinin uygun koşullarda depolanmasının sağlanması, envanter kaydının tutulması ve stokların

yenilenmesinin sağlanması veya düzenlenmesi yer hizmetleri kuruluşlarının görev ve sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

Hava aracı temizliği genel itibari ile kabin temizliği, lavabo ve tuvalet, tezgah yüzeylerinin temizlenmesi sürecidir. Çöp konteynırlarının boşlatılması ve hava aracından uzaklaştırılması; tuvalet düzenlemesinin yapılması; yastık ve battaniye gibi yolcu konforunu amaçlayan malzemelerin değişimi ve eğer hizmet anlaşmasında varsa uçağa gazete ve okuma malzemelerinin getirilmesi uçağa verilen temizlik hizmetlerindedir (http-8).

Temzilik sürecinin bir diğer tarafı ise verilen hizmetin yerde kalış süresine olumsuz etkisinin olmamasına özen gösterilmesidir. Bazı işletmeler, verilen hizmetin niteliği yanında süresi ile ilgili de girişimlerde bulunmaktadır. Örneğin GCG Ground Handling işletmesi, her bir temizlik işlemi için bir personel görevlendirmesinin yanı sıra bir personelin de zaman tutucu olarak görevlendirilmesini sağlamaktadır. Bu strateji ile beraber temizlik hizmetinin ortalama dört dakika içinde tamamlandığı dile getirilmektedir (http-9).

### **2.3.8. Yakıt hizmetleri**

Yakıt firmaları ile taşıyıcı adına iletişimde bulunmak; taşıyıcı talimatları doğrultusunda yakıt teslimatının kirliliğe karşı denetlemek ve sonuçlarını taşıyıcıya iletmek; yakıt ikmal veya boşaltılması süreçlerine refakat etmek; verilen yakıt miktarının kontrol etmek ve doğrulamak; hazırlanıp doldurulmuş yakıt sipariş dokümanlarının taşıyıcıya iletilmesi gibi hizmetler, yer hizmetlerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

STARS Airlines Services, sundukları hizmetlerden biri olan yakıt ikmalinin takip edilmesi ile ilgili olarak, uçaklarının yakıt ikmalini denetlenmesini isteyen müşterilerine özel bir yakıt ikmal gözetim hizmeti kurduklarını belirtmektedirler. Eğitilmiş personel tarafından verimlilik esasına dayanan hizmet sunumu ile, yakıt ikmal operasyonlarının kontrolü ve izlenmesi; uçuş ekibi ile koordinasyon sağlama ve son olarak raporlama yapılmaktadır (http-6).

### **2.3.9. Uçak hat bakım**

Uçak bakımı, ihtiyaç duyulmasının yanı sıra havayolu işletmelerinin ekonomik alanda zorluk yaşamalarına sebep olmaktadır. Hava aracı bakım maliyetleri, filo bakımının ortalama %10 ila %20 oranını kapsamaktadır (PeriyarSelvam vd., 2013).

Düzenli bakım süreçlerinin işlenmesi, hava aracının bileşenlerinin ve sistemlerinin operasyonlar esnasında arızalanmasını önler. İki tür hat bakım işlemi vardır: Planlı bakım işleri ve nispeten daha basit bir işlem sırası gerektiren hava aracının yerde olduğu süre boyunca rutin olarak gerçekleştirilen işlemler. Örneğin iki ya da üç ayda bir yapılması gereken 'A' grubu kontrollerde hava aracı yaklaşık 6 ila 24 saat arasında devre dışı bırakılırken; daha kapsamlı bakım programını içeren 'D' grubu kontrolleri ise altı ila on yılda bir yapılmakta ve hava aracının birkaç hafta yere indirilmesini gerektirebilir (Deng, Santos ve Curran, 2020).

Taşıyıcının hali hazırdaki talimatları doğrultusunda hat bakım kontrollerinin gerçekleştirilmesi; hat bakım çalışmalarının yapıldığının kaydının tutulması ve karşılaşılan herhangi bir olumsuzluğun kayda geçirilmesi; uçuş öncesi teknik ve buzlanma kontrollerinin yapılması; kontrol işlemlerini yapacak nitelikli personelin sağlanması; karşılaşılan herhangi bir olumsuzluğun taşıyıcının talebi doğrultusunda gidermek; taşıyıcının teknik bilgileri içeren dokümanlarını bulundurmak; taşıyıcının talimatları doğrultusunda hava aracını kendi güç kaynakları ile hareket ettirmek; taşıyıcının yedek parçaları güç kaynaklarını gümrükten almak ve bu araçları yönetmek; bu araçların periyodik kontrollerinin sağlanması ve kayıtlarının tutulması; envanter kayıtlarının tutulması, taşıyıcının yedek güç ekipmanları için depolama alanının sağlanması gibi hizmetler, yer hizmetlerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

### **2.3.10. Uçuş operasyonu ve mürettebat yönetimi**

Taşıyıcı tarafından sağlanması gereken uçuş ile ilgili dokümanların güncel hallerini bulundurmak ve bütün hepsinin mevcut olmasını sağlamak; uçuş operasyonunu etkileyecek aksaklıklar olması halinde, bütün uçuş gereksinimleri değerlendirildikten sonra uçucu personele hareket tarzında uygun önerilerde bulunmak; gerçekleştirilen uçuş ile ilgili dokümanların toplanarak, taşıyıcı tarafından verilen talimatlara uygun tasnif etmek ve daha sonra tasfiye etmek; hava olayları ile ilgili raporları temin etmek; uçuş ekibinin ihtiyacı olduğu bilgileri sağlamak; yakıt istek dokümanlarını hazırlamak; uçuş

harekat formlarını hazırlamak ve kaptan pilotun imzalamasını sağlamak; gerekli birimlere yük, ağırlık ve yakıt bilgilerini vermek; alınan hareket ve yük mesajlarına göre uçuşu takip edip taşıyıcıya bilgi sağlamak; uçuş işlemi VHF menzili içinde takip etmek ve gerektiği durumlarda yardım sağlamak; herhangi bir aksaklık durumunda derhal taşıyıcının yazılı veya sözlü talimatlarına uygun tedbirleri almak; uçuş gerçekleştirildikten sonra gelen ekipten bir önceki uçuş ile ilgili bilgileri almak ve gerek taşıyıcı gerekse resmi kurumlar olsun istenen dokümanların teminini sağlamak; mürettebatın konaklama yerine ve konaklama yerinden ulaşımını sağlamak; konaklama işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlamak; bu aşamalarda karşılaşılan sorunların taşıyıcıya iletilmesini sağlamak ve taşıyıcının belirttiği minvalde gerekli önlemleri almak yer hizmetlerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

Bütün bu süreçler Nas Afganistan Yer Hizmetleri işletmesinin, Yer Operasyonları El Kitabı'nda da belirtilmiştir. El kitabında özetle şu noktalar üzerinde durulmaktadır:

- Yer hizmetleri işletmesinin, uçuş operasyonunu etkileyebilecek unsurların havayolu işletmesine bilgi verilmesi,
- Meteorolojik ve uçuş ile ilgili dokümanların temini ve ekibe iletilmesi,
- Uçuş operasyonları ile ilgili belgelerin uçağa teslim edilmesi ve uygun olduğu durumlarda sorumlu pilotun imzasının alınması,
- Uçuş durumlarının analiz edilmesi,
- Taşıyıcı tarafından sağlanan talimatlara ve verilere göre operasyonel uçuş planının kullanıma sunulması,
- Yakıt talebinin alınması ve tedariğinin sağlanması,
- Taşıyıcı tarafından sağlanan mürettebat programı bilgilerinin ilgili tüm taraflara iletilmesi,
- Uçuş ekibinin havaalanına ve havaalanından taşınmasının sağlanması,
- Ekibin konaklamasında girişimlerde bulunulması,
- Ekibin hazır olma sürecine yardımcı olunması ve ekip ile ilgili herhangi bir olumsuzluğun, hastalığın veya olası yokluklarının hava taşıyıcısına iletilmesi yer hizmeti işletmesinin görev alanına girmektedir (NAS, 2014).

### **2.3.11. İkram servisi**

Uçak içi ikram hizmetleri, yolcu deneyiminin önemli bir parçasıdır ve havayolu operasyon modeli için önemli bir rol oynar (Ernitsa vd., 2022).

Taşıyıcının ikram hizmetlerini sağlayan kuruluşlar ile iletişime geçmek, bu kuruluşların taleplerinin yerine getirilmesini sağlamak; hava aracına yüklenecek ikram malzemelerinin yüklenmesini, boşaltmasını ve istifini sağlamak; ikram malzemelerinin hava aracı içerisinde bir noktadan bir noktaya taşınması ya da hava aracı ile mutabakata varılmış alanlar arasında taşınmasını sağlamak yer hizmetlerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

Taşıyıcının ikram hizmetlerini karşılayan kuruluşlar olduğu gibi taşıyıcının yönettiği ikram servisleri de mevcuttur. Örneğin özel uçuş hizmeti sunan işletmelerden Merkür Aviation işletmesi, müşterilerine charter (tarifesiz) uçuşlar esnasında ikram hizmeti sunmaktadır. Hizmet sunulan müşteri kesimi özel hizmet alan VIP yolcuları da kapsamaktadır (http-10).

### **2.3.12. Gözetim ve yönetim**

Taşıyıcı ile üçüncü şahıslar arasındaki anlaşmalar temelinde yer hizmetlerinin sağlanması için hava alanında bulunmak; gerekli personel ve teçhizatın havaalanında bulunmasını sağlamak; hava aracına yüklenecek evraklar dahil tüm yükün hazır olduğunu kontrol etmek; ilgili evrakların temin ve kontrol etmek; hava aracını karşılamak ve uçucu personel ile irtibat kurmak; uçuş operasyonları ile ilgili mesajların dağıtımını sağlamak; kayıp eşya takibini yapmak ve gerekirse araştırma yapmak; istasyon seyir defterine aksaklıkları kaydetmek ve gerekli durumlarda taşıyıcı temsilcisine haber verilmesini sağlamak; “hava taşıyıcısı adına havaalanı kolaylıklarıyla ilgili işlemleri yürütmek” yer hizmetlerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

IATA tarafından hazırlanan ve Havaalanı Yer Hizmetleri El Kitabı'na ek olarak yayınlan Yer Operasyonları El Kitabı'nda hava tarafı gözetimi için, “Yer işletim güvenliğini sağlamak için, varsa, harici bir üçüncü taraf yer hizmeti sağlayıcısına veya alt yüklenicilerine yaptırılanlar da dahil olmak üzere tüm istasyon faaliyetleri, denetim personelinin doğrudan gözetimi altında yürütülecektir.” ifadesi kullanılmaktadır. Aynı dokümanda gözetim görevini yerine getirecek personel ile ilgili de belli bilgiler verilmektedir. Buna göre gözetim görevini yerine getirecek kişi:

- Eğitimli olmalıdır.
- Hava tarafı operasyonlarını gerçekleştiren personelin gözetiminin sağlanması,
- Gerçekleştirilen operasyonun süreci ile beraber hava aracının hareketlerini de denetlemesini,

- Kontrol listesi oluşturulmuşsa, bu formun doldurulmasını,
- Yer hizmetleri kapsamında gerçekleştirilen operasyonlarda gözetimin gerçekleştirilmesini sağlamakla yükümlüdür.

Gözetim süresince aşağıda belirtilen faaliyetler denetlenmektedir:

- Uçak yükleme ve boşaltma
- İçme suyu, tuvalet, temizlik, ikram vb. servisler
- Hava aracına yakıt ikmali
- Hava aracının varış, kalkış ve itme/çekme süreçleri
- Yolcu indirilmesi ve bindirilmesi süreçleri
- Fazla kabin bagajı işlemleri.

El kitabında belirtildiği üzere denetim yapılacak hususlar bunlar olmakla beraber, başlıklar bunlarla sınırlı değildir (IATA, 2014).

### **2.3.13. Uçak özel güvenlik hizmet ve denetimi**

Yolculara hizmet verilmesi esnasında güvenlik amacı ile yolcularla görüşme sağlanması; yolcu beraberindeki el bagajlarının kontrolünün sağlanması; yolcuya ait dokümanların kontrollerinin sağlanması; gerektiği durumlarda yolcuların güvenlik kontrollerinden tekrar geçirilmesi için yerel otoriteler ile iletişimin sağlanması; gereken durumlarda yolculara uçağa kadar refakat edilmesi; hava aracına herhangi bir patlayıcı veya silahın bırakılmasının önlenmesi için talimatnamede yazılan yerlerin aranması ve kontrol edilmesi; uçak temizliğine yardımcı olacak personellerin kart ve benzeri güvenlik kontrollerinin yapılması, faaliyetlerinin gözlemlenmesi ve temizlenen hava aracının mürettebata tesliminin sağlanması; hava aracına alınacak ikram malzemelerinin kontrolünün ve sevkiyatının sağlanması; hava aracının yerde bulunduğu süre zarfında kontrolünün sağlanması ve uzun süreli beklemelede yetkisiz kişilerin yaklaşmasının önlenmesi ve gerekli kontrollerin yapılması; yolcu beraberindeki bagajların cihaz kontrollerinin yapılması; kontrol edilmiş bagajlara, kontrol edildiğine dair etiketlemenin yapılması; kontrol edilmiş bagajların gözetiminin sağlanması; yolcu beraberindeki bagajların yolcu ile beraber uçağa yüklenmesinin sağlanması ve yolcu ile eşleştirilemeyen bagajların uçağa yüklenmemesinin sağlanması; kargoların güvenlik cihazlarından geçişinin sağlanması; gerekli durumlarda kargonun 48 saat bekletilmesinin sağlanması; kontrolden geçen kargolara ‘güvenli’ etiketinin yapıştırılması; bu kargoların konteynırlara yüklenmesinin sağlanması ve uçağa kadar nezaret ettikten sonra uçağa

yüklenmesinin gözetim altında tutulması yer hizmetlerinin sorumluluk alanına girmektedir (SHGM, 2017).

30.12.2022 tarihinde güncellenen Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan yer hizmetleri kuruluşu dokümanına göre “Uçak Özel Güvenlik Hizmet ve Denetimi Hizmeti” veren üç adet yer hizmetleri işletmesi mevcuttur (SHGM, 2023). Bu hizmeti sunan işletmelerden biri olan Sistem Güvenlik Hizmetleri işletmesi havayolu işletmelerine,

- Yolcu mülakatları,
- Seyahat dokümanlarının yeterlilik kontrollerinin sağlanması,
- Bagaj kontrollerinin sağlanması, güvenliği ve hava aracına yüklenmesi,
- Kargo güvenliği gibi başlıklarda hizmet sunmaktadırlar (http-11).

Çalışmanın bu kısmında yer hizmetleri üzerinde duruldu. Bundan sonraki kısımda hizmet kalitesi ve yer hizmetleri ile ilgili yapılmış çalışmaların değerlendirildiği alan yazın araştırması yapılmıştır.

### 3. ALANYAZIN ARAŞTIRMASI

Bu başlık altında öncelikle ‘Hizmet Kalitesi’ başlığı altında ulusal ve uluslararası literatürde yapılmış çalışmalara değinilmiştir. Daha sonra ‘Yer Hizmetleri’ ile ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmalar üzerinde durulmuştur.



**Tablo 3.1. Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

<b>Yazar(lar)</b>	<b>Yıl</b>	<b>Çalışmanın Özü</b>
Okumuş ve Asil	2007	Araştırmacılar, sunulan hizmetin kalite algılamasının havayolu ulaşımını kullanmayı seçen müşterilerin genel memnuniyetleri üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın elde edilen verilerinden biri anında hizmet faktörünün yolcular nezdinde en önemli faktör olduğudur. Çalışmada elde edilen en kapsamlı sonuç ise verilen hizmetin zamanı ve zamanlaması ile beraber işletme tarafından taahhüt edildiği şekilde hayata geçirilmesi, müşteri memnuniyeti sağlamayı amaçlayan işletme(ler) için en önemli öncelikler olması gerektiğidir.
Ataman, Behram ve Eşgi	2011	Araştırmacılar Türk Hava Yolları üzerine yaptıkları çalışmada, ilgili havayolu işletmesinin sunduğu hizmet kalitesini Servqual ölçeği ile ölçmeye çalışmışlardır. “Güvenilirlik” boyutundaki algı-beklenti farkının yüksek olmasının önemli bir sorun teşkil ettiğine vurgu yapmaktadırlar. Havayolu işletmesinin iç ve dış paydaşları ile iletişimlerinin iyi olmasının işletmenin yararına olacağı üzerinde durulmaktadır.
Kazançoğlu	2011	Araştırmanın amacı havayolu işletmelerinde hizmet sunulan müşterinin sadakatini meydana getiren kurumsal imaj ve algılanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesidir. Çalışmada filonun güncellenmesi, ikram hizmetinin geliştirilmesi ile beraber müşteri memnuniyetinin artacağı üzerinde durulmaktadır.
Çelikkol vd.	2012	Türkiye özelinde iç hatlarda faaliyet gösteren havayolu işletmelerinin müşterilerinin tercihlerini ve memnuniyetlerini etkileyen faktörleri, seçilen bir hava alanında yaptıkları araştırma ile irdelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda müşterilerin tercihlerini ve memnuniyetlerini belirleyen birden çok parametrenin varlığından söz edilmiştir. Söz gelimi güvenlik, anında hizmet, rezervasyon kolaylığı gibi ölçütler bunlardan bazılarıdır.
Yıldız ve Erdil	2013	Araştırmacılar çalışmalarında havayolu sektöründe sunulan hizmetin kalitesini ölçmek için kullanılan Servqual ve Servperf ölçeklerinin güvenilirlik ve geçerliliklerini karşılaştırmalarının yanı sıra Türkiye kültüründen yararlanarak yeni kanıtlar sağlamayı amaçlamışlardır. Araştırmacılar ağırlıksız ölçüm modelinden biri olan Servqual ölçeğinin hizmet kalitesini açıklamada, diğer ölçek olan Servperf ölçeğinden %1 gibi bir oranla öne çıktığı sonucuna varmışlardır.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Pekkaya ve Akıllı	2013	Türkiye Cumhuriyeti sınırlarında faaliyet gösteren 8 havayolu işletmesinin yolcularının hizmet kalitesini değerlendirme kriterlerini ve hizmet kalitesi boyutlarının hangisinin daha önemli olduğu üzerine çalışma yapmışlardır. Elde edilen sonuca göre, hizmet sunumunu yeterli bulan yolcular, hizmet kalitesinden de memnun kalmışlardır.
Hatipoğlu ve Işık	2015	Çalışmada düşük ücret ile hizmet sunma prensibini benimsemiş bir havayolu işletmesinin sunduğu hizmetin değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi gereken alanların önceliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada eğitim ve gelir seviyesi unsurları ile yolcuların algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca havayolu ulaşımını sık kullanma ile memnuniyet arasında negatif bir ilişki saptanmıştır. Yolcuların seyahat etme sıklıkları arttıkça hizmet kalitesi algılarının azaldığı tespitine varılmıştır.
Şen ve Akpur	2017	Düşük maliyetli bir havayolu işletmesi ile seyahat eden yolcuların kalite algılarını ölçmek ve yolcuların sahip olduğu demografik özelliklerin hizmet kalitesi algıları üzerindeki olası etkilerini araştırmayı amaçlamışlardır. Hizmet kalitesi boyutlarının birbirleri ile orta ve yüksek düzeyde pozitif yönde korelasyona sahip oldukları elde edilen bir bulgudur. Uçak içi ikramların kalitesinin artırılması, fiyatlarının her kesime hitap edecek şekilde düzenlenmesi havayolu işletmesi için olumlu sonuç elde edilmesini sağlayacaktır.
Yangınlar ve Tuna	2020	Araştırmacılar sunulan hizmetin kalitesinin işletmenin imajı, işletmeden hizmet alan müşterilerin memnuniyeti ve sadakatleri üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Araştırma Atatürk havalimanında faaliyet gösteren bir havayolu işletmesinin dış hat yolcuları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonunda araştırmacılar, empati ve güven alt boyutlarının kurumsal imaj ile aralarında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Abdullah, Jan ve Hazilah	2012	Cronin ve Taylor tarafından kullanılan faktörler aracılığıyla havayolu hizmetlerinin performans modelini Malezyalı yolcuların bakış açıları ile doğrulamayı ve yolcuların tercihleri üzerinde, kültürün etkisini ele almayı amaçlamışlardır. Araştırmacılar havayollarına, çalışanlarının nezaketi ve bilgilerinin artırılması yoluyla müşterilerin gözünde güven ve güvenilirlik oluşturmalarını tavsiye etmektedirler.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Farooqi, Hasan ve Khan	2019	Araştırmacılar çalışmada kapsamlı bir literatür taraması yapmayı amaçlamışlardır. Çalışmada 180 bilimsel araştırma derlenmiştir. Çalışmada elde edilen çıkarımlardan biri, işletmelerin, müşterilerini bir sonraki seyahatte de kendi müşterileri olarak tutabilmeleri için sunulan hizmetin müşterilerin nezdinde ne önemde olduklarını bilmeleri gerekmektedir. Uçuş esnasında verilen hizmetlerin müşterilerin nezdinde çok önemli olduğunu belirten araştırmacılar, bilet ücretlerinin ve diğer hizmet unsurlarının da müşteri memnuniyeti üzerinde önemli unsurlar olduğunu belirtmektedirler.
Bezerra ve Gomes	2016	Çok boyutlu yaklaşım tekniği ile havaalanlarında sunulan hizmetin kalitesini ölçmeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın en önemli amaçlarından biri, çok boyutlu yaklaşımın kullanılması ile beraber, havalimanı planlama ve yönetimi için yolcu odaklı bir odaklanma sağlanması ve havalimanı yöneticilerine ve diğer karar vericilere destek olunmasıdır. Araştırmacılar ileride yapılacak araştırmalar için önerilerinde ise, müşterilerin yönelimlerinin öznel ve bağlamlara bağlı olmasından dolayı bu yöntemin farklı havalimanlarında uygunluğunun test edilmesi gerektiği üzerinde durmaktadırlar.
Karadeniz ve Ünver	2014	İstanbul Şehir Hatları'nı kullanan 396 yolcunun sunulan hizmete dair algıları ve memnuniyetleri incelenmiştir. Araştırmada bu ulaşım modelini tercih etme nedeni, kullanım sıklığı gibi durumlar ölçülmüştür.
Eroğlu	2013	Çalışmada hizmet kalitesinin, müşterilerin nezdindeki kurumsal imaj üzerindeki etkisini bankacılık sektörü özelinde belirlenmesi amaçlanmıştır. Fiziksel özellikler ve güven boyutu kurumsal imajın üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmacıya göre, farklı koşulların, farklı demografik özelliklerin ve farklı müşteri sayısının diğer banka şubelerinde yapılacak çalışmalarda farklı sonuçları olabilecektir.
Yılmaz, Filiz ve Yaprak	2007	Eskişehir'de faaliyet gösteren iki devlet üniversitesi öğrencileri üzerinde, bekledikleri ile algıladıkları hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, Anadolu Üniversitesi öğrencileri Eskişehir Osmangazi Üniversitesi öğrencilerine nazaran aldıkları hizmetten daha memnundurlar. Ayrıca her iki üniversitenin öğrencilerinin tam anlamıyla bekledikleri hizmeti alamadıkları bir diğer ulaşılan sonuçtur.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Karadeniz ve Demirkan	2015	Perakende mağazacılık sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin müşterilerine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılara göre, perakende mağazaların müşterilerinin memnuniyetini sağlayarak müşterilerini uzun vadede işletmelerine bağlı müşteriler olmasını sağlamak ve marka sadakati oluşturmalarının en etkili yolların hizmet kalitesi sunmak ve “Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY)’nden geçmektedir. Araştırmacılar bu çalışma ile müşteri ilişkileri yönetimindeki hizmet kalitesinin marka sadakati oluşturmadaki ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaya çalıştıklarını belirtmişlerdir.
Fettahloğlu, Polat ve Demir	2016	Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren bir otel işletmesinde beklenen ve algılanan hizmet kalitesi arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığı üzerinde durulmuştur. Yapılan araştırmada beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farkın empati boyutunda en yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Pabedinskaitė ve Akstinaitė	2014	Çalışmada tüketici ihtiyaçlarını dikkate alarak havayolu işletmelerine sunulan havaalanı hizmetlerinin kalitesinin artırılması esnasında yaşanan problemlere değinilmektedir. Literatür analizine ve kriterlerin önemine ilişkin uzman değerlendirmesine dayanarak, yazarlar havayollarına sağlanan havaalanı hizmetlerinin kalitesinin beş SERVQUAL hizmet kalitesi boyutuna ve havaalanları tarafından sağlanan hizmet süreçlerine göre değerlendirilmesi için tasarlanmış bir kriterler sistemi önermektedir.
Waguespack ve Rhoades	2014	Çalışmada hizmet kalitesi olgusunun önem kazandığı dönemlere dikkat çekilmiştir. Hizmet Kalitesizliği İndeksi’nden alınan 25 yıllık verilere göre Amerika Birleşik Devletleri’nde özellikle ekonomik sıkıntılar ve terör durumlarında hizmet kalitesi olgusuna önem verildiği üzerinde durulmaktadır.
Jeeradist, Thawesaengskulthai ve Sangsuwan	2016	Çalışmada havayolu işletmesinde hizmet kalitesini etkileyen faktörleri ve yolcuların havayolu imajına ilişkin algılarını belirlemek için üç vaka çalışması incelenmiş ve sunulmuştur. Bu vaka analizleri incelenirken var olan sorunların çözümü için de Türkçe’de karşılığı “Yaratıcı Problem Çözme Teorisi” olan TRIZ teknikleri kullanılmıştır.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Lim ve Tkaczynski	2017	Çalışmada uluslararası öğrencilerin kökenleri ve maddi durumlarının hizmet kalitesi algıları üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Her şeyden önce uluslararası öğrencilerin güvenli, zamanında ve uygun bagaj hakkı olan, uygun bir uçuş istedikleri üzerinde durulmaktadır.
Gupta	2018	Çalışmada Hindistan’da havacılık sektöründe önemli bir yer edinmek isteyen havayolu işletmelerine “en iyi- en kötü” ve “VIKOR” metotlarından yararlanarak yol gösterilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada üzerinde durulan bir diğer nokta, havacılık sektörünün en önemli rakiplerinden birinin Hindistan’da gelişmiş raylı sistemlerdir. Rekabet gücünün artırılması için, havayolu işletmelerine bilet fiyatlarının makul bir düzeye çekilmesi gibi birtakım tavsiyeler verilmektedir.
Farooq vd.	2018	Çalışmada Malezya Havayolları ile seyahat eden yolcuların hizmet kalitesi algıları üzerinde etkili olan unsurlar üzerinde durulmuştur. Çalışmada hava taşıtının ve terminallerin konforu ve havayolu işletmesinin imajının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu etkileri olduğu üzerinde durulmuştur.
Rezaei vd.	2018	Çalışmada bagaj teslim sisteminin, müşterilerin kalite değerlendirmesi üzerinde etkisi Servqual ve BWM teknikleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmacılar bagaj taşıma sisteminin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi olduğunu değerlendirmektedirler. Elde edilen bulgulardan havayolları, havaalanları, elleçleme hizmeti sağlayıcıları, gümrük ve bagaj taşıma ekipmanı tasarımcıları ve operatörleri gibi kurum ve kuruluşların faydalanmalarının önemli olacağını değerlendirmektedirler.
Stamolampros ve Korfiatis	2019	Bu çalışmada, yakıt fiyatları ve sermaye borçlanma maliyetleri gibi belirli ekonomik faaliyet göstergelerinin havayolu hizmet kalitesinin çeşitli yönleri üzerinde bir etkisi olup olmadığını incelenmek istenmiştir. Bu etkilerin yanı sıra hizmet sunumu gerçekleşirken dışarıdan alınan hizmetlerin de kalitesinin değerlendirilmesinin ve takip edilmesi gerekliliğinin üzerinde durulmaktadır.
Brueckner ve Flores-Fillol	2020	Bu çalışma pazar yapısının tamamlayıcı ürünler için kalite belirleme üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Çalışmanın odak noktası, havayolu endüstrisi ve havayolu ittifaklarının hizmet kalitesinin önemli bir unsuru olan uçuş frekansı üzerindeki etkisidir. Buna göre, bir güç birliği oluşturulması ile beraber ücretlerde düşüş sağlanırken daha fazla frekansa sahip olarak daha fazla uçuş gerçekleştirilebilir.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Korfiatis, Stamolampros ve Kourouthanassis	2019	Çalışmada yapılandırılmamış verilerden hizmet kalitesi ölçülmesi amacıyla yolcuların çevrimiçi incelemelerine ilişkin bir konu modellenmesi yapılmak istenmiştir. Havayolu endüstrisi bağlamında yöneticiler, müşteri memnuniyetinin (veya memnuniyetsizliğinin) güncel faktörlerini ve zaman içindeki dinamiklerini belirleyebilir ve hizmet tekliflerini buna göre konumlandırabilir. Çalışmada belirli hizmet kalitesi özellikleri (yani maliyet, kabin konforu, personel davranışı vb.) konusunda ortak algıları paylaşan bu tür havayolu şirketi kümelerini belirlemek ve yolcuların bu boyutlara affettikleri önemi ortaya koymak amaçlanmıştır.
Tahanisaz ve Shokuhyar	2020	Bu çalışma, havayollarının satın alma öncesi beklentilerin çeşitliliğini göz önünde bulundurarak yolcularını nasıl tatmin edebilecek hale geldiğini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Yolcular benzer beklenti niteliklerine göre gruplandırılmış, daha sonra Kano modeli uygulanarak nicel müşteri memnuniyeti derecelerine dönüştürülmüştür. Son olarak uygulanabilir pazarlama stratejileri kullanılabilmesi amacıyla hizmet kalitesi göstergelerinin kategorilendirildiği “Önem- Memnuniyet Analizi” kullanılmıştır.
Shah vd.	2020	Çalışma Pakistan Uluslararası Havayolu (PIA) ile seyahat eden yolculardan elde edilen verilere dayanarak havayolu hizmet kalitesi algısını ölçmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, PIA sadece hizmet kalitesini iyileştirmekle kalmamalı, yer personellerinde ve uçucu personelde kalite bilinci oluşturmalıdır.
Barakat, Yeniterzi ve Martín-Domingo	2021	Çalışma havalimanı hizmet kalitesini tespit etmek için derin öğrenme modellerini (CNN ve LSTM) Twitter verilerine uygulamışlardır. Çalışmada, Suudi Arabistan ve İngiltere’deki ikişer havalimanı ile ilgili İngilizce ve Arapça tweetler değerlendirilmiştir. Bu araştırma, İngilizce dışındaki dillerdeki tweetleri analiz ederek havalimanı hizmet kalitesini ölçmek için kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği kullanarak havalimanı hizmet kalitesi ile ilgili akademik literatüre de katkıda bulunmanın yanı sıra İngilizce dışındaki dillerin kullanıldığı havalimanlarına uygulanacak bir metodoloji sağlar. CNN yöntemine nazaran LSTM yöntemi ile daha iyi performans elde edildiğini belirten araştırmacılar, havalimanı kalitesini ölçmeyi amaçlayan havalimanı yöneticileri için ve diğer araştırmacılar için açık çıkarımlar elde edildiğini belirtmektedirler.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Mainardes, Sodr'e de Melo ve Moreira	2021	Çalışmada havalimanı hizmet kalitesinin havalimanlarının kurumsal imajına etkileri araştırılmak istenmiştir. Bu amaçla havalimanı hizmet kalitesinin güven, algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve havalimanlarının kurumsal imajı üzerindeki etkisini doğrulama amaçlanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular, havalimanı terminallerinin yöneticilerinin ve idarecilerinin, yerde sağlanan hizmetlerin kalitesini sağlamalarının ilgili olduğu sonucuna götürmekle beraber bu kalitenin garantisi, havalimanlarının kurumsal imajını doğrudan ve dolaylı olarak etkileyebileceği, hatta havalimanını işletmek için devlet imtiyazının korunmasını sağlayabileceği yönündedir.
Parast ve Golmohammadi	2021	Çalışma iki farklı rekabet stratejisi uygulayan (maliyet odaklı ve geleneksel havayolu) havayolu işletmelerinin müşterilerinin beklentilerini ve uçuşlar iptal edildiğinde şikayette bulunma eğilimlerini incelemektedirler. Geleneksel hava yolu işletmelerinin müşteri yelpazesi daha geniş olduğu için, maliyet odaklı işletmelere göre tüm müşterilerini memnun etme olasılığı daha düşüktür. Araştırmanın sonuçlarına göre maliyet odaklı işletmelerin müşterileri daha uygun ücretlerle hizmet aldıkları için herhangi bir olumsuzluk durumunda geleneksel hava yolu işletmelerinin müşterilerine nazaran daha az şikayet etme eğilimindedirler.
Agarwal ve Gowda	2021	Çalışma Hindistan'da havayolu hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve bağlılığına etkisi üzerine temellenmektedir. Çalışmada havayolu operasyonunun boyutlarının, havayolu kimliği ve yolcuların sadakat istekleri üzerinde önemli ve olumlu bir etkisi olduğu gösterilmiştir.
Bakır vd.	2022	Bibliyometrik analizin bir parçası olarak performans analizi ve bilimsel haritalama tekniklerinin kullanıldığı bu çalışmada, 1975-2020 yılları arasında literatürün geriye dönük bir değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmada 26 farklı ülkeden 100 yayın kullanılmıştır. Bu çalışmada yazarlar, havalimanı hizmet kalitesinin incelenmesi için kullanılan bibliyometrik verilerin, havalimanının iç paydaşlarından (havalimanı işletmecileri, havayolları vb.) ziyade büyük ölçüde yolcuların bakış açısını yansıttığını belirtmektedirler.

**Tablo 3.1. (Devam) Alanyazın Araştırması (Hizmet Kalitesi)**

Kavus, Tas, Ayyıldız ve Taskin	2022	Çalışma, havayolu hizmet kalitesine yönelik bir değerlendirme yapılmasını amaçlamaktadır. Bu değerlendirmenin mevcut değişikliklere ve müşteri beklentilerine uyumlu olması amaçlanmıştır. Bu amaçla SERVQUAL ölçeği beş aşamalı olmasına rağmen bahse konu değişimlerin çalışmada mevcut olabilmesi için bu boyutlar dokuz adede çıkarılmıştır. Dokuz ana boyut önce BWM (en iyi- en kötü metodu) tarafından değerlendirilmiştir ve ardından IVN-AHP (Aralık değerli nötrozofik analitik hiyerarşi süreci yöntemi) ile ikinci ve üçüncü seviye kriterlerin önem ağırlıkları belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, havayolu şirketlerinin aynı anda birçok noktaya odaklanması gerektiğini ve her önemli kriterin karşılanması gerektiğini göstermektedir.
Shiwakoti, Jiang ve Nguyen	2022	Çalışma, Vietnam Havayolları'nın Vietnam-Avustralya rotasında seyahat eden yolcuların güvenlik algısını ve bunun demografi, hizmet kalitesi, memnuniyet ve sadakat ile ilişkisi üzerine temellenmiştir. Çalışmada yolcuların güvenlik kaygısının giderilmesi ile memnuniyetlerinin artacağı üzerinde durulmaktadır. Hava yolu işletmelerinin, kabin ekibini güvenlik açısından daha donanımlı hale getirmesinin yanı sıra havalimanı hizmetleri, yer hizmetleri gibi hizmetlerin kalitesinin, müşterilerin memnuniyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu üzerinde durulmaktadır.

Buraya kadarki kısımda hizmet kalitesi üzerine yapılmış çalışmalara değinilmiştir. Bundan sonraki kısımda yer hizmetleri ile ilgili yapılmış çalışmalara değinilmiştir.

**Tablo 3.2** *Alanyazın Araştırması (Yer Hizmetleri)*

Ziehe ve Helfen	2020	Çalışma yer hizmetleri işletmeleri çalışanları ile diğer işletmelerin çalışanları arasındaki iş ilişkisi ve koordinasyonunu temel almaktadır. Çalışmada yer hizmetleri işletmelerinin çalışanları ile diğer çalışanlar arasında yüksek düzeyde koordinasyon olmamasına rağmen, yer personellerinin çalışma alanlarının önemli olması ve sorun çözmede daha aktif rol almalarından dolayı koordinasyon eksikliğini telafi etmektedirler.
Bevilacqua, Ciarapica, Mazzuto ve Paciarotti	2013	Çalışma yer hizmetleri süreci için iş sürecinin yeniden yapılanması tekniğinin kullanıldığı bir vaka çalışmasıdır. Bu tekniğin yöneticilere, kararlarında yardımcı olmak için sorunlu süreçlerin giderilmesi, çıktı süreçlerinin azaltılması, kaynak kullanımının optimizasyonu gibi süreçlerde yararlı bir araç olabileceğini göstermek için bir İtalyan havaalanı üzerinde çalışılmıştır. Yapılan çalışmada bu tekniğin, verimlilik elde edilmesinde çarpıcı katkılara sahip olduğu kanıtlanmıştır.
Tabares, Mora-Camino ve Drouin	2021	Çalışma havaalanında verilen yer hizmetlerinin verimli ve sürdürülebilir bir yönde ilerlemesine yönelik artan talebi de karşılayacak bir şekilde operasyon otomasyonuna izin veren bir yer hizmetleri çok zamanlı ölçek yönetim yapısı önerisi sunmaktadır. Araştırmacılar mevcut yapılan iş süreçlerine nazaran yaptıkları önerinin daha kullanışlı olduğu üzerinde durmaktadırlar.
Bakır, Özdemir ve Akan	2021	Havayolu işletmelerinin genel olarak yer hizmetlerini dış kaynak kullanımı yolu ile aldıklarını belirten araştırmacılar çalışmalarında, birkaç kriterden oluşan MADM yaklaşımını kullanmışlardır. Çalışmada havayolu işletmelerinin işletmeler arası (B2B) iş yaptırma süreçlerinde kalite, uyumluluk, maliyet, esneklik ve risk kriterlerinden kalite kriterinin en önemli kriter olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Studic, Majumdar, Schuster ve Ochieng	2017	Çalışma işlevsel rezonans analizi yöntemi kullanılarak yer hizmetlerinin sistematik bir modellemesi yapılarak gerçekleştirilmiştir. Toplam Apron Güvenlik Yönetimi çerçevesi bağlamında analiz yönteminin apron olaylarının analizi ve olayların önlenmesi açısından uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 3.2 (Devam) Alanyazın Araştırması (Yer Hizmetleri)**

Bahar, E.	2020	Yer hizmetleri çalışanlarının sunduğu hizmetin kalitesinin havayolu çalışanları tarafından değerlendirildiği bu çalışmada fiziksel görünüm, güvenilirlik ve empati boyutlarının çalışanların müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Havayolu çalışanlarının en önemsedikleri boyutun ise 'empati' olduğu vurgulanmıştır.
Wang ve Pham	2020	Vietnam Havayolları'nın yer hizmeti aldığı 5 işletmenin kümeleme analizi ile değerlendirildiği çalışmada işletmeler, check-in süreci, biniş süreci ve personel tutumu açısından karşılaştırmıştır. Her başlıkta başarılı olan işletmelerin özellikleri verilerek diğer işletmelere yol gösterici olunması amaçlanmıştır.
Skorupski vd.	2020	Çalışma yer hizmetleri ekipmanını kullanacak personelin kişisel özelliklerinin yapacakları iş ile uyumunu değerlendiren bulanık mantık yöntemini kullanan bir simülasyon üzerine yapılmıştır. Akaryakıt hizmeti verecek araç kullanımı için iki adayın değerlendirildiği bu çalışmadan elde edilen bir başka sonuç ise, elde edilen verilere dayalı olarak bireyselleştirilmiş eğitim programlarının hayata geçirilebilme şansıdır.
Ek ve Akselsson	2007	Bir yer hizmetleri işletmesi üzerine yapılmış çalışmada bu işletmenin güvenlik kültürü değerlendirilmiştir. Çalışmada işletmenin güvenlik kültürünün iyi denilebilecek bir konumda olmasına rağmen yöneticilerin düşüdükları ve beledikleri kadar olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca anormallik bildirme formalarının anonim dağıtılması, insan hatası üzerine eğitimler, güvenlik kültürüne sahip olma ile ilgili eğitim ve performans risk analizleri sürekli iyileştirmenin odak noktası olabilecek başlıklar olduğu sonucuna varılmıştır.
Zhu, Sun ve Guo	2022	Uçuşların belirsizliği göz önünde bulundurularak yer hizmetleri araçları için işbirliğine dayalı programlama optimizasyonu üzerine yapılmış bu çalışmada, hizmet maliyetlerini ve zaman kayıplarını en aza indirerek hizmetlerin önceliğini ve karşılık gelen hizmet zaman penceresini optimize etmek için çok amaçlı bir karma tamsayılı programlama önerilmiştir.

**Tablo 3.2 (Devam) Alanyazın Araştırması (Yer Hizmetleri)**

Yazgan, Durmaz ve Kucuk Yilmaz	2022	Risk faktörlerinin gruplandırmasının geliştirilmesini temel alan çalışmada yöneticilere, ilgili tehditleri göz önünde bulundurup kurumsal sürdürülebilirlik için kaynakların etkin bir şekilde tahsis etmelerine yardımcı olmak amaçlanmıştır. Bu gruplandırma ile beraber başta yer hizmetleri yöneticileri olmak üzere, havacılık işletmeleri hangi riskin hangi kaynaklarla yönetilmesi gerektiği yönünde daha verimli kararlar alabilecektir.
Meersman vd.	2011	Brüksel Havalimanı örneğinden yola çıkarak değişen pazar koşullarının daha az ama daha büyük kapasiteli havayolu işletmelerine yol açacağı üzerinde durulmuştur. Havayolu işletmelerinin azalması yer hizmetleri işletmelerinin müzakere gücünü azaltma ihtimali ile beraber daha büyük gruplara entegre olmakla beraber, yer hizmetleri piyasasının ikili bir oligopole doğru evrilme ihtimali üzerinde durulmaktadır.
Fitouri-Trabelsi, Cosenza ve Mora-Camino	2013	Yer hizmetleri filo yönetim sorunu üzerine gerçekleştirilen bu çalışma, geliş ve gidiş süreçlerinde uçaklara verilen hizmetin iyileştirilmesi süreci, yer hizmetleri işletmelerinin filolarının işletme maliyetleri dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Ele alınan sorun karmaşık olmasının yanı sıra operasyonel özellikler, her bir hava aracının hizmet talebinin kritikliğinin bulanık bir biçimcilik kullanılarak değerlendirildiği çevrimiçi merkezi olmayan bir yönetim yapısının önerilmesine sebebiyet vermiştir.
Musa ve Isha	2021	Yer hizmetleri endüstrisinde güvenlik kültürünün genel değerlendirmesi üzerine yapılan bu çalışma, güvenlik kültürü ve güvenlik performansı arasındaki ilişki açısından kanıtlayıcı ögeler barındırmaktadır. Elde edilen sonuçların iş yeri güvenliğinin artırılması ve yer hizmetleri çalışanlarının refahının artırılması için için gösterge kabul edilebileceği belirtilmektedir.
Szabo vd.	2022	Yer hizmetleri araçlarının ve personelin yerlerinin değiştirilmesi ve hizmet araçlarının güzergahlarının değiştirilmesi ile yer hizmetlerinin verimliliğinin artırılması amaçlanan çalışmada, Kosice Havalimanı uygulaması, iniş sonrası ve kalkıştan önceki süreler dikkate alındığında amacına ulaşmıştır. Ancak uçağın park pozisyonunun uzak bir pozisyon olarak belirlenmesi gibi müdahale edilemeyen zamanlarda bu çalışmanın sonuçlarının aksinin gerçekleştiği üzerinde durulmaktadır.

**Tablo 3.2 (Devam) Alanyazın Araştırması (Yer Hizmetleri)**

Marintseva, Yun ve Kachur	2015	Daha önce yapılmış çalışmalardan elde edilen yerde kalış süresinin azaltılması ve personel programlamasının verimliliğinin yanı sıra kullanılan LINDO yazılım programı ile şirketin, işleyiş verimliliğinin artırılması adına iç kaynakların alt bölümler arasında yeniden tahsis edilmesinin ileriye dönük planlama açısından faydalı olma ihtimali üzerinde durulmaktadır.
Yıldız vd.	2023	Ankara Esenboğa havalimanına benzer bir havalimanı planı ile varsayımsal veriler elde edilmesi üzerine kurgulanan çalışmada amaç, terminal çatısına monte edilmiş güneş panellerinin enerji tasarrufuna katkısının ölçülmesidir. Temsili vaka çalışmasının elde ettiği verilere göre yılda 2000 tonluk karbondioksit azaltımı ile hem ekonomik hem de çevresel faydalar kazanılabilecektir.
Musa ve Isha	2020	İşletmenin gönüllü olarak güvenlik kültürü üzerine çalışmalar yapmasının güvenlik kültürü üzerindeki etkileri üzerine yapılmış bu çalışmada, elde edilen sonuçlardan biri işin tamamlanma baskısı ile ramak kala olayları arasındaki ilişkinin yüksek düzeyde olmasıdır. Elde edilen bir diğer sonuç ise, güvenlik kültürü ile ilgili yapılmış çalışmaların yönetim tarafından benimsendiği hissedilince çalışanların da bu konuyu önemsedikleridir.
Chikha ve Skorupski	2022	Havalimanında yaşanabilecek bir kazanın risk seviyesinin personel bağlamında değerlendirilmesini konu alan bu çalışmada elde edilen önemli sonuç, havalimanı yüzeyi veya çevresel koşullardan kaynaklanabilecek bir kaza riskinin azaltılmasında en önemli etken personelin eğitimidir. Yetkinliğe sahip personel, riski azaltmaya yardımcı olabilecektir.
Burghouwt, Poort ve Ritsema	2014	Makalede 16 Nisan 2013 tarihinde Avrupa Parlamentosu tarafından kabul edilen yeni yer hizmetleri tüzüğüne sonuçları incelenmiştir. Yeni tüzük serbestleşme üzerine temellendiğinden dolayı tüzüğün, rekabeti ve şeffaflığı artırması ve sonuç olarak kalitenin iyileştirilmesi için bir fırsat olduğu değerlendirilmektedir.

Çalışmalar üzerinde durulacak olursa, hizmet kalitesi kavramının birçok alanda kullanıldığı görülebilecektir. Havayolu sektörü üzerine yapılmış çalışmaların yanı sıra karayolu taşımacılığını kullanan yolcular; kütüphaneden faydalanan kullanıcılar; perakende mağazacılık sektörünün müşterilerini merkeze alan birden fazla sektör ve işletme üzerinde durulmuştur. Havayolu işletmeleri üzerine yapılan çalışmaların yanında, başka sektörlerden yapılmış çalışmalara değinilmesinin sebebi, diğer çalışmalardan elde edilen kazanımların havacılık sektörüne ve bu çalışmada özellikle üzerinde durulan yer hizmetleri işletmelerine fikir verebilecek, işletmelerin gelecekte hayata geçirebilecekleri faaliyetler için yol gösterebilecek unsurların değerlendirilebilme ihtimalidir.

Bu kısımda yer hizmetleri alanında yapılmış çalışmalar üzerinde de durulmuştur. Güvenlik kültürünün oluşması ve geliştirilmesi; risk olgusunun yer hizmetleri işletmeleri bünyesinde değerlendirilmesi; yürürlüğe giren serbestleşme girişimlerinin faydaları; apron sahasında yapılacak belli planlamaların enerji verimliliğini arttırması gibi birçok bilgiye, yapılmış çalışmalar ile ulaşılmıştır. Yapılan alan yazın araştırmasında yer hizmetleri işletmelerini hizmet kalitesi bağlamında değerlendiren çalışmaların azlığı fark edilmiştir. Tespit edilen bu eksikliklere dair boşlukların doldurulması yoluyla hem literatüre hem de sektöre katkı sağlanması, bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Bu kısımda alan yazın araştırması yapılmıştır. Bundan sonraki kısımda yer hizmetleri ile ilgili yapılmış araştırma üzerinde durulmuştur.

#### **4. YER HİZMETLERİ KALİTE ALGISININ SERVPERF ÖLÇEĞİ İLE ANALİZİ: İSTANBUL HAVALİMANI VE İSTANBUL SABİHA GÖKÇEN HAVALİMANLARINI KULLANAN YOLCULAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Araştırmada havacılık sektörünün bileşenlerinden biri olan yer hizmetlerinde verilen hizmetin kalitesinin yolcular nezdinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın bu kısmında araştırmanın konusu; amacı ve önemi; kapsamı ve sınırlılıkları; alanyazın araştırması üzerinde durulmuştur. Ayrıca araştırmada kullanılan yöntem, hipotezler, veri toplama tekniği gibi unsurlar bu kısımda belirtilmiştir. Bölümün sonuç kısmında ise araştırmada elde edilen bulgular değerlendirilmiş olup, çalışma öneriler ile sonlandırılmıştır.

##### **4.1. Araştırmanın Konusu**

Ekonominin dinamik üç sektörü mevcuttur. Bunlar tarım, sanayi ve hizmet sektörleridir. 1950’li yıllardan itibaren hizmet sektörü, gelişmiş ekonomilerde diğer iki sektörü geride bırakarak gelişmeye devam etmiştir. Sadece gelişmiş ekonomilerde değil, gelişmekte olan ekonomilerde de önemi artan hizmet sektörü dünyadaki ülkelerin refah ve gelişmişlik seviyelerini artıran bir üstünlüğe sahiptir (Özsağır ve Akın, 2012). Hizmet sektörünün öneminin artması ile beraber kalite kavramı da göz önünde bulundurulması gereken bir nokta olmaktadır. Türkiye bazında düşünüldüğünde sadece Türk Hava Yolları’nın 2021 yılı hizmet ihracatının 8,7 milyar dolar olduğu açıklanmıştır (http-1). Buradan hareketle hizmet kalitesinin dünya standartlarında ve üstünde olan Türk Hava Yolları gibi kuruluşlara ihtiyacımız olduğu ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için kalite standartlarının havacılık sektörünün diğer unsurlarında da göz önünde bulundurulması gerekir.

Kalite kavramı geniş kapsamlı bir kavramdır. Ortak bir çatı oluşturulabileceği gibi, her sektörün kendine has tanımlaması da olabilmektedir. Kalite kavramının geniş kapsamlı tanımı göz önünde bulundurulursa, kalite, müşteri ya da kullanıcının algılamasıdır. Bu algının kapsadığı durum ise kullanıcı veya müşterinin isteklerini karşılamasıyla ölçülmektedir (Bozkurt ve Odaman, 1995).

Araştırmanın konusu, İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı’nı kullanan yolcuların aldıkları yer hizmetlerine ilişkin kalite algılarının Servperf ölçeği ile analizi üzerine temellendirilmiştir. Araştırma, 397 kişiye ulaşılarak yüz yüze anket yöntemiyle yapılmıştır.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın amacı havacılık sektörünün bir unsuru olan yer hizmetlerinin hizmet kalitesi açısından değerlendirilmesinin yanında başarılı olunan ve/veya geliştirilmesi gereken noktaların tespit edilmesidir. Ayrıca hizmet kalitesini içeren birçok çalışma yapılmasına rağmen yolcuları esas alan Servperf ölçeği ile yapılmış yer hizmetlerine ilişkin çalışmaların çok sınırlı ve az sayıda olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan çalışma ile havayolu ulaşımının unsuru olan yer hizmetlerinin hizmet kalitesi açısından değerlendirilmesi ve Servperf ölçeğinin yer hizmetleri hizmet kalitesi açısından uyarlanması amaçlanmıştır. Araştırmanın bulguları ile yolcuların önem verdikleri unsurlar göz önünde bulundurularak, hizmet kalitesinin geliştirilmesi yönünde yapılabileceklerin neler olabileceği araştırılmak istenmiştir. Yer hizmetleri kuruluşları için potansiyel katkı alanları olarak, yolcu ile iletişimin önemi; yeterli teknik donanımın kalite algısı üzerindeki etkisi; yolcunun nezdinde güven inşa edici davranışların önemi ve yolcu bilgilendirmesinin zamanında ve yeterli yapılmasının kalite algısı üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Çünkü kalite algısı, havacılık işletmelerini ekonomik ve işletme başarısı açılarından etkileme potansiyeline sahiptir. Elde edilecek sonuçların, hem akademik alanda hem de yer hizmetleri alanında faaliyet gösteren kuruluşlar tarafından iletişim, müşteri ilişkileri yönetimi gibi noktalarda insanlarla daha etkili iletişim kurulması gibi amaçlarla kullanılabileceği ve bir anlamda işletmelerin halkla ilişkiler ve müşteri hizmetleri konularında kendilerini geliştirebilmeleri için yol gösterici olarak değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

#### **4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları**

Havayolu sektörünün gelişmesine paralel olarak sunulan hizmetin kalitesinin gözden geçirilmesi önem kazanan bir durum olmuştur (Ataman, Behram ve Eşgi, 2011; Barakat, Yeniterzi ve Martín-Domingo, 2021). Her işletme gibi yer hizmetleri işletmelerinin de sundukları hizmetin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada, İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan seyahat eden yolcuların aldıkları yer hizmetlerinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada araştırmanın evrenini 1 Haziran 2022-30 Kasım 2022 tarihleri arasında İstanbul'da faaliyet gösteren İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'nı kullanmış yolcular oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırmanın çıkarımları

diğer havaalanı meydanlarında hizmet veren yer hizmetleri kuruluşlarını kapsamayacaktır. Elde edilen bulgular araştırmanın yapıldığı zaman dilimini baz aldığından dolayı, dönemsel değişiklikler bu araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu nokta da çalışmanın sınırlılıklarından biridir.

#### **4.4. Araştırma Evreni ve Örneklem Seçimi**

Bu çalışmanın evrenini İstanbul'da faaliyet gösteren İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan iç hat uçuş deneyimi gerçekleştiren yolcular oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise 1 Haziran 2022-30 Kasım 2022 tarihleri arasında İstanbul'dan seyahat etmiş yolcular oluşturmaktadır. Çalışmanın belirtilen zaman dilimini kapsamamasının sebebi Covid-19 pandemisinin kısıtlamalarının hafifletilmesinden ve tamamı ile kaldırılmasından sonra havacılık sektörünün tam kapasite ile çalışma durumuna geçmesidir. Yapılan çalışmada örneklem sayısı %95 güven düzeyinde ve %5 hata payı ile hesaplandığında en az 384 kişi olması gerektiği hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Araştırmada 397 katılımcının anket formları değerlendirmeye alınmıştır.

#### **4.5. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışmada havayolu ile seyahat eden yolcuların aldıkları hizmetin niteliği, nicel araştırma yöntemi ile değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Nicel araştırmanın temel amacı, araştırma süresince elde edilen verilerin en nihayetinde sayısal değerler ile ifade edilip ölçülmesidir. Öte yandan araştırmanın belirli hipotezlere dayandırılması ve bu denencelerin test edilmesi nicel araştırmanın en önemli amaçlarından biridir (Ekiz, 2020).

Bu araştırmada hipotezlerin test edilmesi için anket tekniği kullanılmıştır. Anket çalışmaları birçok insana, davranışları, tutumları ve fikirleri hakkında sorulan soruları içermektedir. Nadiren insanların ne yaptıkları veya düşündükleri ile ilgili söyledikleri anket uygulamaları yapılır. Diğer anket çalışmaları ise, cevaplayıcıların verdikleri cevapların karakteristikleri ile betimledikleri davranışları ve düşünceleri arasında bir ilişki bulmaya yöneliktir. Örneğin bir anket çalışması bazı sosyal konulardan biri olarak cinsiyet ile insanların tavırları arasındaki ilişkiyi irdeliyor olabilir (Marczyk, DeMatteo, ve Festinger, 2010).

Anket ile elde edilen verilerin bilimsel araştırmalarda anlamlı olabilmesi için birtakım süreçlerden geçmelidirler. Bu süreçlerin en önemlilerinden biri, elde edilen verilerin çözümlenmesidir. Bu çözümlenme sürecinde de en önemli yardımcı unsur ise

istatistiktir. İstatistik, olayların gözlemlenmesi amacıyla o olaylar hakkında toplanan nicel bilgilerin kullanılmasını, çalışılan konuya bağlı olarak gözlemlenmesini ve bütün bu süreçler sonunda araştırmaya uygun olarak yorumlanmasında kullanılan yöntemler bütünüdür (Tekin, 2012).

Bu araştırmada elde edilen veriler istatistik amaçlı paket program aracılığı ile analiz edilmiştir. Uygulanan anket formu, Cronin ve Taylor (1994) tarafından geliştirilen SERVPERF ölçeği baz alınarak oluşturulmuştur. Yıldız ve Erdil (2013)'in, havayolu yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesi çalışmasındaki sorular dikkate alınarak SERVPERF hizmet kalitesi ölçüm modeli kullanılmıştır. Çalışmada veriler orijinal ölçeğe uygun olarak Likert tipi ölçekle elde edilmiştir. Likert tipi ölçek, sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra ölçek sayesinde birden fazla istatistiksel işlem yapılmasına imkan tanımaktadır. Araştırmaya katılan katılımcılar, kendilerine yöneltilen ifadelerle katılım derecelerini, bu ifadelerin uygunluğunun kendilerince derecelerini belirtirler. Bu ölçeklerde katılımcılara yöneltilen sorular değildir; ifadelerle katılımlarının derecelendirilmeleri istenir (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Bir bilimsel araştırmada, çalışmanın yapılacağı örnek kütleinin seçimi önem arz etmektedir. Örnekleme teknikleri de olasılığa dayalı teknikler ve olasılığa dayalı olmayan teknikler olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu çalışmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden biri olan kolayda örnekleme tekniğinden faydalanılacaktır. Bahse konu örnekleme tekniğinde, örneği meydana getiren elemanlar araştırmacının üzerinde çalıştığı problemlere yönelik veri elde edebileceği kesimden oluşmaktadır. Yani araştırmanın muhataplarının belirlenmesi, araştırmacının yargılarına bağlıdır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2019).

#### **4.6. Araştırmanın Hipotezleri**

Literatüre bağlı olarak araştırma için belirli hipotezler oluşturulmuştur. Örneğin algılanan hizmet kalitesinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, Sharma, Chen, ve Luk (2012) çalışmalarında hizmet değerlendirme sürecinde moderatör olarak cinsiyet ve yaş olgularını baz almışlardır. Çalışmanın sonucuna göre, erkek ve yaşlı müşterilerin zaman, para ve çaba açısından fedakarlıklarını, kadın ve genç müşterilere kıyasla algılanan değerleriyle daha fazla ilişkilendirdiğini bulunmuştur. Bu nedenle, erkekler ve daha yaşlı müşteriler, daha yüksek beklentiler ve

somut hizmet unsurları için daha dar tolerans ile daha talepkar görünmektedir. Ilias vd. (2008) demografik faktörlerin öğrencilerin memnuniyeti ve hizmet kalitesi üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını ölçmeye çalıştıkları araştırmalarında, öğrencilerin olgun, yaşlı veya genç olmasına bakılmaksızın, yaşın memnuniyet için belirleyici olmadığı sonucuna varmışlardır. Bu çalışmalardan yola çıkarak bu araştırmanın yaş ile ilgili hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H1<sub>A</sub>: Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.

H1<sub>B</sub>: Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H1<sub>C</sub>: Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H1<sub>D</sub>: Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H1<sub>E</sub>: Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.

Spathis, Petridou ve Glaveli (2004) çalışmalarında, erkek ve kadın Yunan banka müşterilerinin kalite algılarındaki farklılıkları ve kalite boyutlarına verdikleri önemdeki farklılıkları “Bankacılık Servis/Hizmet Kalitesi” modelini kullanarak araştırmıştır. Araştırmacılar çalışmalarında Yunan bankalarının erkek müşterilerinin aldıkları hizmetin kalitesine ilişkin algılarının kadın müşterilere göre daha olumlu olduğuna ulaşmışlardır. Mokhlis (2012) çalışmasında elde ettiği bulgulara göre, belediye yönetimine müşterilerinin isteklerini belirleme, hizmet sunumunu iyileştirmek için eylemde bulunma ve belirlenen müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için performans standartları oluşturma konusunda faydalı bilgiler sağladığını belirtir. Erkek ve kadın müşterilerin yanıtları arasındaki farklılıklar, belediye yöneticilerine iki farklı müşteri segmenti ile uğraştıkları konusunda net bir mesaj göndermesi gerektiğini ve belediye yöneticilerinin, müşterilerin hizmet kalitesi algılarını artırmak istiyorlarsa bu farklılıkları dikkate almaları gerektiği üzerinde durmaktadır. Bu çalışmalardan yola çıkarak bu araştırmanın cinsiyet ile ilgili hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H2<sub>A</sub>: Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.

H2<sub>B</sub>: Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H2<sub>C</sub>: Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H2<sub>D</sub>: Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H2<sub>E</sub>: Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.

Mirzagoli ve Memarian (2015) çalışmalarında demografik faktörlerin Mazandaran eyaletindeki Mellat Bank ATM'sinden hizmet alan müşterilerin memnuniyetine etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, evli bireylerin ATM'den aldıkları hizmetten daha memnun oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Melkis, Hilmi ve Mustapha (2014) gelişmekte olan bir pazarda medeni durum ve yaşın fast food tüketici algısına etkisini araştırdıkları çalışmalarında, bekar ve evli müşterilerin hizmet kalitesi algıları arasında önemli bir fark bulduklarını belirtmişlerdir. Bu çalışmalardan yola çıkarak bu araştırmanın medeni durum ile ilgili hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H3<sub>A</sub>: Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.

H3<sub>B</sub>: Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H3<sub>C</sub>: Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H3<sub>D</sub>: Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H3<sub>E</sub>: Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.

Barrera, García ve Moreno (2014) çevrimiçi tüketicilerin sosyo-demografik profillerine göre hizmet kalitesinin değerlendirilmesi farklılıkları üzerinde durduğu çalışmalarında, online alışveriş gerçekleştiren müşterilerin cinsiyet, yaş, internet kullanım sıklığı gibi unsurların yanında eğitim düzeylerinin de alışveriş gerçekleştirirken hizmet kalitesi algılarında büyük farklılıklar meydana getirmediğini bulduklarını belirtmişlerdir.

Bu çalışmadan yola çıkarak bu araştırmanın eğitim durumu ile ilgili hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H4<sub>A</sub>: Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.

H4<sub>B</sub>: Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H4<sub>C</sub>: Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H4<sub>D</sub>: Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H4<sub>E</sub>: Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.

Grazhdani ve Merollari (2015) demografik faktörlerin hizmeti alan müşterinin hizmet kalitesi algısına olan etkisinin incelendiği çalışmalarında, araştırmacıların beklentilerinin aksine, banka hizmet kalitesi algılarının cinsiyet, meslek gibi demografik unsurların yanında gelir durumuna göre farklılık gösterdiğine dair herhangi bir kanıt bulunamamıştır. Bu çalışmadan yola çıkarak bu araştırmanın gelir durumu ile ilgili hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H5<sub>A</sub>: Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.

H5<sub>B</sub>: Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H5<sub>C</sub>: Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H5<sub>D</sub>: Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H5<sub>E</sub>: Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.

Jiang ve Zhang (2016) Çin havayolu pazarında hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerine yaptıkları araştırmada, müşteri memnuniyeti ölçümünde iş ve tatil amaçlı seyahat eden yolcuların uçak bileti ve hizmet kalitesi ile ilgili farklı

tercihlere sahip olduklarını belirtmektedirler. Örneğin bilet fiyatının tatil amaçlı seyahat eden yolcuların memnuniyeti üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisinin olduğunu belirtirken, iş amaçlı seyahat eden yolcularda memnuniyet ve sadakat üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmadan yola çıkarak bu araştırmanın seyahat sıklığı ile ilgili hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H6<sub>A</sub>: Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.

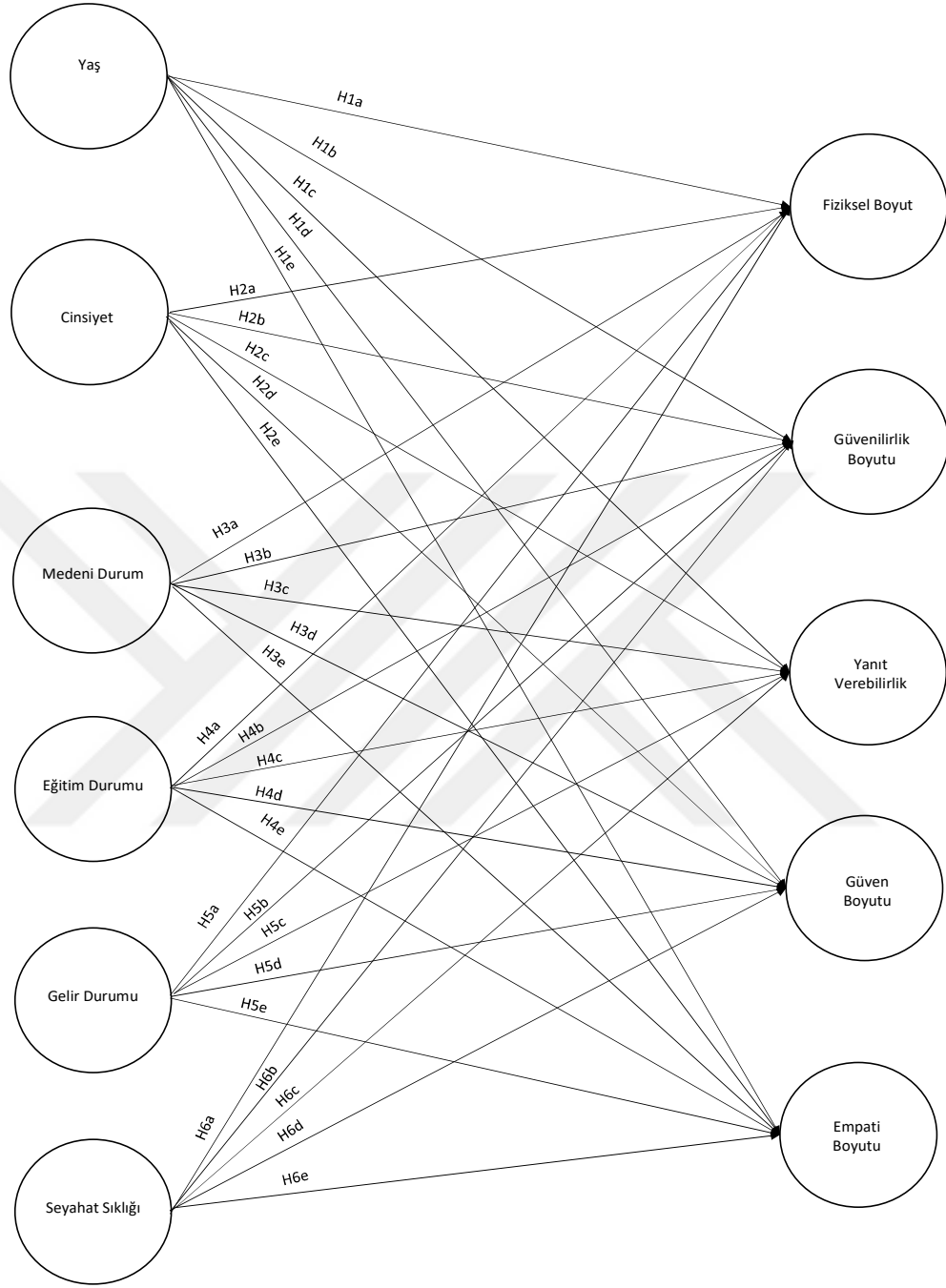
H6<sub>B</sub>: Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H6<sub>C</sub>: Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H6<sub>D</sub>: Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.

H6<sub>E</sub>: Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.

Hipotezlere ait model Şekil 1’de sunulmuştur.



**Şekil 1. Hipotezler Modeli**

## 5. BULGULAR VE YORUM

### 5.1. Araştırmaya Ait Değişkenlerin Frekans Analizleri

Araştırmaya katılan 397 katılımcınının 178'i kadın, 219'u erkektir. Cinsiyet açısından dengeli bir dağılım olduğu söylenebilir. Katılımcıların 175'i evli geri kalan 222 kişisi bekar. Medeni durum dağılımının da nispeten dengeli bir dağılıma sahip olduğu dile getirilebilir. 178 kişi ile 18-30 yaş arası araştırmaya en çok katılım sağlayan yaş grubu olmuştur. Onları 138 kişi ile 31-40 yaş arası takip etmiştir. 41-50 yaş grubunu temsil eden 49 kişi; 51-60 yaş arasını temsil eden 26 kişi ve son olarak en az katılımcı sayısı olan 61 yaş ve üzeri yaş grubundan da 6 katılımcı araştırmaya dahil olmuştur. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde ise lise ve altı kategorisini 57 kişi; ön lisans kategorisini 45 kişi; lisans kategorisini 155 kişi ve son olarak lisansüstü kategorisini ise 140 kişi temsil etmiştir. Katılımcıların seyahat sıklıkları incelendiğinde, haftada bir seyahat gerçekleştiren katılımcı sayısı 7; ayda bir gerçekleştiren sayısı 51; üç ayda bir gerçekleştiren sayısı 89; altı ayda bir gerçekleştiren sayısı 124 ve son olarak yılda bir seyahat gerçekleştiren katılımcı sayısı ise 126'dır. Katılımcıların gelirleri göz önünde bulundurulduğunda 5500-9000 TL arasında geliri olan katılımcı sayısı 132; 9001-12000 TL arası geliri olan katılımcı sayısı 56; 12001-15000 TL arası geliri olan katılımcı sayısı 90; 1501-18000 TL arasında geliri olan katılımcı sayısı 61 ve son olarak 18001 TL ve üzerinde geliri olan katılımcı sayısı 58'dir. Katılımcılara yönlendirilen soru formunda demografik özelliklerin sorulduğu kısmın sonuncu sorusu aldıkları hizmeti başkalarına tavsiye edip etmeyecekleri yönünde idi. Katılımcıların 322'si aldıkları hizmeti başkalarına tavsiye edebilecekleri yönünde görüş belirtirken, 75 katılımcı ise aldıkları hizmeti tavsiye etmedikleri yönünde görüş bildirmişlerdir. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 5.1.'de sunulmuştur.

**Tablo 5.1 Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Demografik	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	178	44,80
	Erkek	219	55,20
Medeni Durum	Evli	175	44,10
	Bekar	222	55,90
Yaş	18-30 yaşları arasında	178	44,90
	31-40 yaşları arasında	138	34,80
	41-50 yaşları arasında	49	12,30
	51-60 yaşları arasında	26	6,50
	61 ve üzeri	6	1,50
Eğitim Durumu	Lise ve altı	57	14,40
	Ön lisans	45	11,30
	Lisans	155	39,00
	Lisansüstü	140	35,30
Seyahat Sıklığı	Haftada bir	7	1,80
	Ayda bir	51	12,80
	Üç ayda bir	89	22,40
	Altı ayda bir	124	31,30
	Yılda bir	126	31,70
Gelir	5500-9000 TL arasında	132	33,20
	9001-12000 TL arasında	56	14,10
	12001-15000 TL arasında	90	22,70
	1501-18000 TL arasında	61	15,40
	18001 TL ve üzeri	58	14,60
Tavsiye	Evet	322	81,10
	Hayır	75	18,90

## 5.2. Normallik Dağılımı

Birçok veri analizi yöntemi, verilerin normal dağılımdan veya en azından normal dağılıma yeterince yakın bir dağılımdan örneklediği varsayımına dayanmaktadır (Xiao, 2017). Bu kapsamda yapılan Normallik analizi sonuçları Tablo 5.2.'de sunulmuştur.

**Tablo 5.2 Normallik Dağılımı**

Ölçek ve Alt Boyutları	Kolmogorov-Smirnov			Merkezi Eğilim Ölçümleri			
	Statistic	df	Sig.	Mean	Median	Skewness	Kurtosis
Fiziksel	0,164	397	0,000	3,833	4,000	-0,968	1,553
Güvenirlilik	0,155	397	0,000	3,7668	4,000	-0,837	1,547
Yanıt Verebilirlik	0,162	397	0,000	3,823	3,750	-0,603	1,095
Güvence	0,195	397	0,000	3,7827	4,000	-0,867	0,911
Empati	0,102	397	0,000	3,6025	3,600	-0,071	0,474

Ölçeklere ilişkin tablo incelendiğinde Basıklık (Skewness) ve Çarpıklık (Kurtosis) değerlerinin +1,96 ile -1,96 arasında bulunması nedeniyle örneklemin normal dağılımın gösterdiği tespit edilmiştir (Hair vd., 2017).

### 5.3. Faktörlerin Birbirleri ile Korelasyonu

Tablo 5.3 Faktörlerin birbirleri ile korelasyonu

Değişkenler	Fiziksel	Güvenirlilik	Yanıtver	Güvence	Empati
Fiziksel	1				
Güvenirlilik	,457**	1			
Yanıtver	,377**	,528**	1		
Güvence	,608**	,467**	,519**	1	
Empati	,466**	,394**	,494**	,613**	1

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 5.3.'te görüleceği üzere hizmet kalitesi bileşenleri arasında 0,01 düzeyinde yüksek düzeyde pozitif bir korelasyon olduğu ifade edilebilir. Faktörler değerlendirildiğinde, en düşük korelasyonun fiziksel özellikler ve yanıt verilebilirlik arasında ve güvenirlilik ve empati faktörleri arasında olduğu görülmektedir. En yüksek korelasyon değeri ise güvence ve empati faktörleri arasında olduğu görülmektedir.

### 5.4. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA), ölçeklerin ve ölçümlerin geliştirilmesinde, iyileştirilmesinde, değerlendirilmesinde kullanılan önemli bir araçtır (Cudeck ve O'Dell, 1994). Yapılan açımlayıcı faktör analizine ilişkin değerler Tablo 5.4.'te sunulmuştur.

**Tablo 5.4. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)**

İfade		Faktör Yük Değeri (SPSS)	Cronbach Alfa ( $\alpha$ )
<b>Güvenilirlik</b>			
<i>% of Variance: 38,341 Eigen-value: 8,435</i>			
Güvenilirlik3	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, sunmuş olduğu hizmetleri ilk seferinde ve doğru bir şekilde yerine getirir.”	0,806	$\alpha = 0,857$
Güvenilirlik4	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme sunduğu hizmeti söz verilen zamanda yerine getirir.”	0,791	
Güvenilirlik1	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, yapmaya söz verdiği hizmeti zamanında yerine getirir.”	0,752	
Güvenilirlik5	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, yolcu için sunduğu hizmet süreçleri ile ilgili dokümanları (faturalar, formlar vb.) hatasız kayıt eder; dürüst ve güvenilirdir.”	0,682	
Güvenilirlik2	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, verilen hizmet ile ilgili bir sorun olduğunda çözüm için güven verici ve ilgili olarak, cana yakın bir şekilde hareket eder.”	0,681	
<b>Empati</b>			
<i>% of Variance: 9,410; Eigen-value: 2,070</i>			
Empati1	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, beklenmeyen olağanüstü durumlarda oluşan sorunlarla, tek tek ilgilenen ve çözüm üretebilen bir işletmedir.”	0,779	$\alpha = 0,810$
Empati4	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme yolcuların gereksinimleriyle içtenlikle ilgilenir.”	0,713	
Empati2	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin kaliteli hizmet verebilmek için uygun çalışma saatleri vardır.”	0,676	
Empati5	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolcuların özel ihtiyaçlarını anlar.”	0,636	
Empati3	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme yolcuların sorunlarıyla özenle ilgilenen çalışanlara sahiptir.”	0,621	
<b>Fiziksel</b>			
<i>% of Variance: 7,565; Eigen-value: 1,664</i>			
Fiziksel2	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışma alanları ve ofisleri, görsel olarak çekicidir.”	0,791	

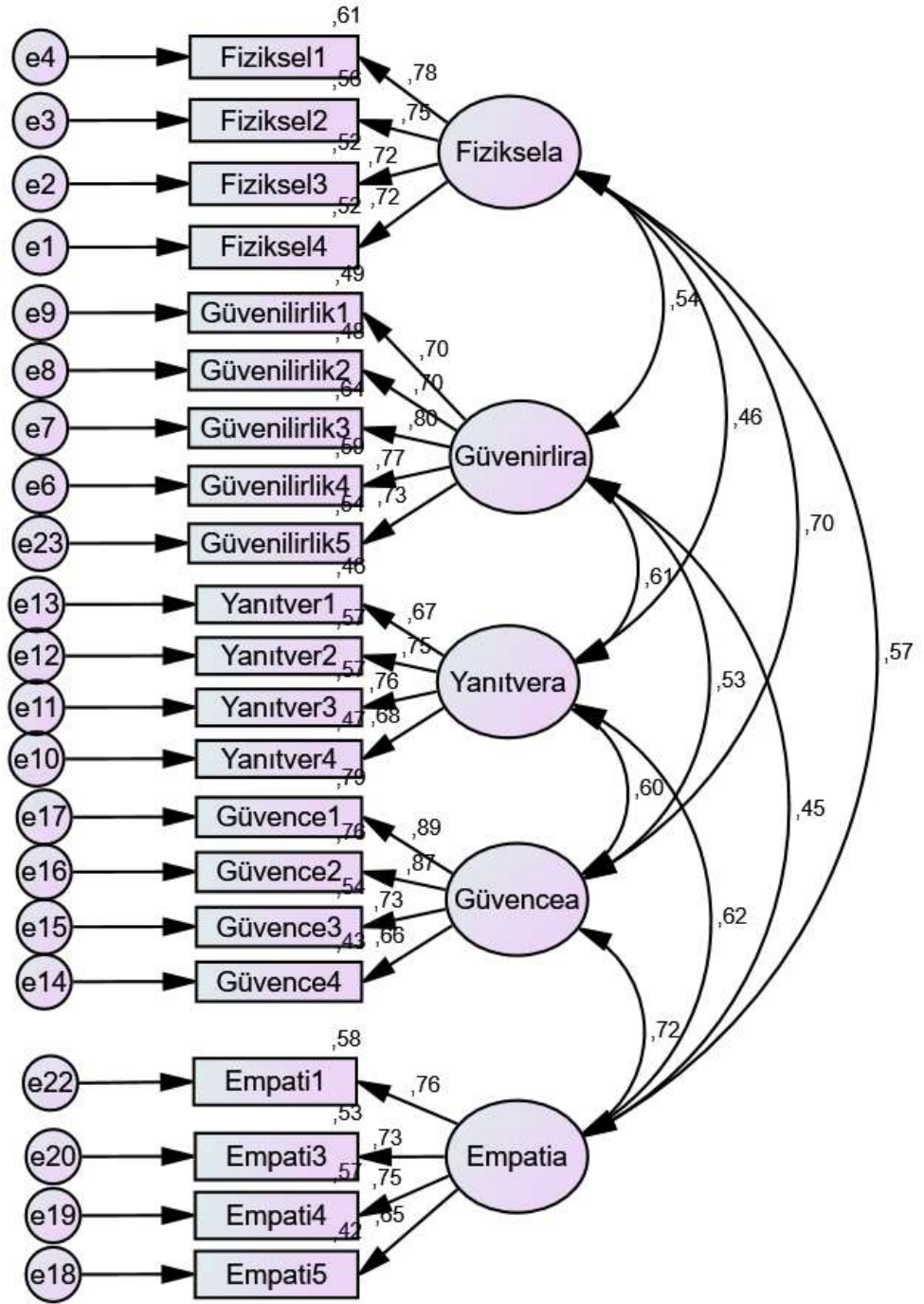
**Tablo 5.4. (Devam) Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)**

Fiziksel4	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin hizmete eşlik eden materyalleri (Lcd Ekran Bilgi Panoları, broşürler, formlar vb.) görsel olarak çekicidir.”	0,766	$\alpha = 0,831$
Fiziksel1	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme teknolojiye uygun, modern görünümlü ekipman ve araçlara sahiptir.”	0,740	
Fiziksel3	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları, temiz ve düzgün görünüşlüdür.”	0,675	
<b>Güvence</b>			
<b>% of Variance: 5,575; Eigen-value: 1,227</b>			
Güvence2	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolculara kendini güvende hissettirir.”	0,775	$\alpha = 0,867$
Güvence3	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolculara her zaman saygılıdır.”	0,766	
Güvence1	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolcularda güven duygusu uyandırır.”	0,708	
Güvence4	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolcuların aldıkları hizmet ile ilgili sorularını yanıtlayabilecek yeterli bilgiye sahiptir.”	0,615	
<b>Yanıt verilebilirlik</b>			
<b>% of Variance: 4,370; Eigen-value: 0,961</b>			
Yanıt Verilebilirlik4	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları meşgul olsalar dahi yolcuların sorularına cevap vermektedirler.”	0,779	$\alpha = 0,809$
Yanıt Verilebilirlik3	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları her zaman, yolculara yardım etme isteğine sahiptir.”	0,736	
Yanıt Verilebilirlik2	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları, yolculara hızlı hizmet verir.”	0,731	
Yanıt Verilebilirlik1	“Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları, yolculara hizmetin tam olarak ne zaman yerine getirileceğini söyler.”	0,615	
<b>Extraction Method: Principal Component Analysis.</b>			
<b>Rotation Method: Varimax</b>			
<b>Fixed number of factors:5</b>			
<b>KMO: 0,916;</b>			
<b>Bartlett's sphericity test; (<math>\chi^2=4.364,387</math> df=231; p=,000)</b>			
<b>Cronbach Alfa (<math>\alpha</math>) = 0,922</b>			

Yapılan analiz sonucunda faktör yük değerlerinin 0,60'ın üzerinde olduğu, KMO değerinin 0,916 ( $KMO > 0,60$ ) olduğu, Bartlett's küresellik testi sonucunun 0,000 ( $Bartlett's < 0,05$ ) olduğu, Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısının 0,922 olduğu söz konusu değerlerin 0,60'ın üzerinde olması nedeniyle (Cudeck ve O'Dell, 1994; Hair vd., 2014, 2017; Luo, Arizmendi ve Gates , 2019) kullanılan ölçeğin uygun değerleri sağladığı belirlenmiştir. İçsel tutarlılığın ölçülmesinde kullanılan değer, alfa katsayısı olarak da nitelendirilen Cronbach Alpha değeridir. Alfa değerinin 0 ile 1 arasında bir değer arasında bir değer olması ve özellikle bu değer minimum 0,7 olması istenir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2019). Tablodan da görüleceği üzere kullanılan ölçeğin iç tutarlılığı 0,92 iken Güvenilirlik boyutu için elde edilen değer 0,85; Empati boyutu için elde edilen değer 0,81; Fiziksel Özellikler boyutu için elde edilen değer 0,83; Güvence boyutu için elde edilen değer 0,86; Yanıt Verilebilirlik boyutu için de elde edilen değer 0,80'dir. Bu verilere göre kullanılan ölçek güvenilirirdir.

#### **5.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)**

Açımlayıcı faktör analizi ile elde edilen verilerin aynı zamanda doğrulayıcı faktör analizi ile de test edilmesi ve doğrulanması gerekmektedir (Hair vd., 2017). Bu kapsamda yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Şekil 2.'de sunulmuştur.



CMIN=427,272; DF=179; CMIN/DF=2,387; RMSEA=,059; CFI=,940; GFI=,911

Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Yapılan analizde faktör yük değeri 0,60'ın altında olan Empati2 sorusu ölçekten çıkarılmıştır. Kullanılan ölçeklerinin uygunluğunu test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi uygulanmış, analiz için AMOS 24 programı kullanılmıştır. Yapılan analizin sonucunda  $\chi^2(df)$  değerinin 5'in altında olması; p değerinin anlamlı düzey olan 0,05'in altında olması; RMSEA değerinin 0,08'in altında olması; CFI değerinin 0,90'ın

üzerinde olması; GFI değerinin 0,85'in üzerinde olması; NNFI değerinin 0,90'ın üzerinde olması; SRMR değerinin 0,08'in altında olması; AVE değerinin 0,50'nin üstünde olması; CR değerinin 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir (Büyüköztürk vd., 2012; Hair vd., 2014; Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Yaşlıoğlu, 2017).

### 5.6. Uyum İyiliği Değerleri

Yapılan analizlere ilişkin uyum iyiliği değerleri Tablo 5.6.'da gösterilmiştir.

**Tablo 5.6.** *Uyum İyiliği Değerleri*

X <sup>2</sup> (df)	p	RMSEA	CFI	GFI	NNFI	SRMR
2.387	0.000	0.059	0.940	0.911	0.929	0.045

### 5.7. Ölçüm Modeli ve Faktör Yükleri

Yapılan analize ilişkin ölçüm modeli ve faktör yüklerini gösteren değerler Tablo 5.7.'de sunulmuştur.

**Tablo 5.7. Ölçüm Modeli ve Faktör Yükleri**

			$\beta 1$	$\beta 2$	Ss	t	p
<b>Ölçüm Modeli</b>							
Fiziksel4	<-- -	Fiziksela	0,720	1			
Fiziksel3	<-- -	Fiziksela	0,722	0,936	0,072	13,049	<0,001
Fiziksel2	<-- -	Fiziksela	0,749	1,048	0,078	13,499	<0,001
Fiziksel1	<-- -	Fiziksela	0,781	1,024	0,073	13,989	<0,001
Güvenirlilik4	<-- -	Güvenirlira	0,771	1			
Güvenirlilik5	<-- -	Güvenirlira	0,732	0,925	0,064	14,424	<0,001
Güvenirlilik3	<-- -	Güvenirlira	0,798	0,97	0,061	15,804	<0,001
Güvenirlilik2	<-- -	Güvenirlira	0,696	0,993	0,073	13,658	<0,001
Güvenirlilik1	<-- -	Güvenirlira	0,700	0,929	0,068	13,736	<0,001
Yanıt Verebilirlik4	<-- -	Yanıt Verebilirlika	0,685	1			
Yanıt Verebilirlik3	<-- -	Yanıt Verebilirlika	0,758	1,099	0,087	12,673	<0,001
Yanıt Verebilirlik2	<-- -	Yanıt Verebilirlika	0,753	1,098	0,087	12,616	<0,001
Yanıt Verebilirlik1	<-- -	Yanıt Verebilirlika	0,675	1,063	0,092	11,547	<0,001
Güvence4	<-- -	Güvencea	0,656	1			
Güvence3	<-- -	Güvencea	0,734	1,237	0,097	12,752	<0,001
Güvence2	<-- -	Güvencea	0,873	1,41	0,096	14,616	<0,001
Güvence1	<-- -	Güvencea	0,890	1,345	0,091	14,792	<0,001
Empati5	<-- -	Empatia	0,648	1			
Empati4	<-- -	Empatia	0,754	1,125	0,093	12,106	<0,001
Empati3	<-- -	Empatia	0,728	1,001	0,085	11,794	<0,001
Empati1	<-- -	Empatia	0,760	1,138	0,093	12,171	<0,001

### 5.8. Güvenirlilik ve Geçerlilik Değerleri

Yapılan model ölçümü sonucu elde edilen güvenirlilik ve geçerlilik değerleri Tablo 5.8.'de sunulmuştur.

**Tablo 5.8.** *Güvenirlilik ve Geçerlilik Değerleri*

Boyut	CR	AVE	MSV	MaxR(H)
Fiziksel	0,832	0,553	0,486	0,834
Güvenirlir	0,858	0,548	0,378	0,863
Yanıt Verebilirlik	0,810	0,517	0,386	0,814
Güvence	0,871	0,631	0,518	0,899
Empati	0,814	0,524	0,518	0,819

### 5.9. Ayrışım Geçerlilik Değerleri

Yapılan ölçeklerin birbiri ile olan ilişkisinin belirlenmesi ve ölçeklerin ayırımının doğruluğunun test edilmesi için yapılan ayrışım geçerliliği hesaplaması Tablo 5.9.'da sunulmuştur.

**Tablo 5.9.** *Ayrışım Geçerlilik Değerleri*

Güvence	Fiziksel	Güvenirlilik	Yanıt Verebilirlik	Empati
<b>0,794</b>				
0,697	<b>0,743</b>			
0,529	0,542	<b>0,740</b>		
0,595	0,457	0,615	<b>0,719</b>	
0,720	0,572	0,446	0,621	<b>0,724</b>

Yapılan analizler sonucunda ölçeğin güvenirlilik ve geçerliliği ile ilgili elde edilen bulgular ölçeğin kullanım için uygun olduğunu kanıtlamıştır. Buradan hareket ile elde edilen verilere t testi ve Anova testleri uygulanacaktır.

### 5.10. Cinsiyet T Testi

Örneklem üzerinden t testi yapılmadan önce örneklemin homojen olarak dağıldığına ilişkin Levene testi sonuçları kontrol edilmiştir. Levene testinin bütün boyutlar için  $p > 0,05$  olduğu, bu nedenle örneklemin homojen olarak dağıldığı belirlenmiştir (İslamoğlu ve Almaçık, 2019).

**Tablo 5.10. Cinsiyet T Testi**

Cinsiyet		N	$\bar{x}$	Ss	t	p
Fiziksel	Kadın	178	3,829	0,755	-0,105	0,916
	Erkek	219	3,837	0,768		
Güvenirlilik	Kadın	178	3,726	0,683	-1,095	0,274
	Erkek	219	3,800	0,661		
Yanıt Verebilirlik	Kadın	178	3,770	0,634	-1,566	0,118
	Erkek	219	3,866	0,594		
Güvence	Kadın	178	3,767	0,693	-0,368	0,713
	Erkek	219	3,796	0,838		
Empati	Kadın	178	3,529	0,584	-2,138	<b>0,033</b>
	Erkek	219	3,662	0,640		

Tablo 5.10.'da sunulan sonuçlara göre, empati alt boyutunun cinsiyete göre p değerinin 0,05'ten küçük olması sebebiyle değişkenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Hair vd., 2014). Buradan yola çıkarak cinsiyetin empati alt boyutu ile anlamlı bir ilişkisi olduğu dile getirilebilir.

### 5.11. Medeni Durum T Testi

Örnekleme üzerinden t testi yapılmadan önce örneklemin homojen olarak dağıldığına ilişkin Levene testi sonuçları kontrol edilmiştir. Levene testinin bütün boyutlar için  $p > 0,05$  olduğu, bu nedenle örneklemin homojen olarak dağıldığı belirlenmiştir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019).

**Tablo 5.11. Medeni Durum T Testi**

Medeni		N	$\bar{x}$	Ss	t	p
Fiziksel	Evli	175	3,799	0,777	-0,803	0,422
	Bekar	222	3,860	0,748		
Güvenirlilik	Evli	175	3,763	0,665	-0,087	0,930
	Bekar	222	3,769	0,677		
Yanıt Verebilirlik	Evli	175	3,776	0,564	-1,367	0,173
	Bekar	222	3,860	0,648		
Güvence	Evli	175	3,750	0,773	-0,747	0,456
	Bekar	222	3,809	0,778		
Empati	Evli	175	3,579	0,628	-0,660	0,510
	Bekar	222	3,621	0,612		

Tablo 5.11.'den elde edilen sonuçlara göre, medeni duruma göre p değerinin 0,05'ten büyük olması sebebiyle değişkenler arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir (Hair vd., 2014).

### 5.12. Yaş Anova Testi

Örneklem üzerinden Anova testi yapılmadan önce örneklemin homojen olarak dağıldığına ilişkin Levene testi sonuçları kontrol edilmiştir. Levene testinin bütün boyutlar için  $p>0,05$  olduğu, bu nedenle örneklemin homojen olarak dağıldığı belirlenmiştir (İslamoğlu ve Alınçık, 2019).

**Tablo 5.12.** Yaş Anova Testi

Ölçek	Yaş	N	$\bar{x}$	Ss	F	p	Fark
Fiziksel	18-30 yaşları arasında	178	3,839	0,784	1,057	,378	
	31-40 yaşları arasında	138	3,819	0,730			
	41-50 yaşları arasında	49	3,816	0,753			
	51-60 yaşları arasında	26	4,019	0,745			
	61 ve üzeri	6	3,333	0,876			
Güvenirlilik	18-30 yaşları arasında	178	3,819	0,652	2,844	<b>,024</b>	<b>4&gt;5</b>
	31-40 yaşları arasında	138	3,673	0,698			
	41-50 yaşları arasında	49	3,763	0,646			
	51-60 yaşları arasında	26	4,031	0,611			
	61 ve üzeri	6	3,267	0,628			
Yanıt Verebilirlik	18-30 yaşları arasında	178	3,834	0,651	1,055	,379	
	31-40 yaşları arasında	138	3,819	0,602			
	41-50 yaşları arasında	49	3,760	0,582			
	51-60 yaşları arasında	26	3,971	0,476			
	61 ve üzeri	6	3,458	0,431			
Güvence	18-30 yaşları arasında	178	3,805	0,779	0,553	,697	
	31-40 yaşları arasında	138	3,784	0,758			
	41-50 yaşları arasında	49	3,755	0,793			
	51-60 yaşları arasında	26	3,779	0,849			
	61 ve üzeri	6	3,333	0,683			
Empati	18-30 yaşları arasında	178	3,593	0,624	0,237	,917	
	31-40 yaşları arasında	138	3,612	0,595			
	41-50 yaşları arasında	49	3,559	0,616			
	51-60 yaşları arasında	26	3,700	0,605			
	61 ve üzeri	6	3,600	1,124			

Tablo 5.12.'de sunulan sonuçlara göre, güvenirlik alt boyutu yaşa göre p değerinin 0,05'ten küçük olması sebebiyle değişkenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Hair vd., 2014). Bofferini testi ile bu anlamlı farklılığın 51-60 yaşları arasındaki katılımcılar ile 61 yaş ve üzeri katılımcılar arasında olduğu tespit edilmiştir.

### 5.13. Eğitim Anova Testi

Örneklem üzerinden Anova testi yapılmadan önce örneklemin homojen olarak dağıldığına ilişkin Levene testi sonuçları kontrol edilmiştir. Levene testinin bütün

boyutlar için  $p>0,05$  olduğu, bu nedenle örneklemin homojen olarak dağıldığı belirlenmiştir (İslamoğlu ve Alınçık, 2019).

**Tablo 5.13.** *Eğitim Anova Testi*

Ölçek	Eğitim	N	$\bar{x}$	Ss	F	p	Fark
Fiziksel	Lise ve altı	57	3,890	0,822	1,066	,363	
	Ön lisans	45	3,706	0,860			
	Lisans	155	3,789	0,721			
	Lisansüstü	140	3,900	0,744			
Güvenirlilik	Lise ve altı	57	3,761	0,742	0,639	,590	
	Ön lisans	45	3,836	0,669			
	Lisans	155	3,714	0,659			
	Lisansüstü	140	3,806	0,657			
Yanıt Verebilirlik	Lise ve altı	57	3,939	0,531	0,879	,452	
	Ön lisans	45	3,844	0,662			
	Lisans	155	3,805	0,646			
	Lisansüstü	140	3,789	0,592			
Güvence	Lise ve altı	57	3,864	0,786	0,579	,629	
	Ön lisans	45	3,661	1,023			
	Lisans	155	3,789	0,774			
	Lisansüstü	140	3,782	0,680			
Empati	Lise ve altı	57	3,814	0,659	3,002	<b>,030</b>	<b>1&gt;2</b>
	Ön lisans	45	3,480	0,700			
	Lisans	155	3,572	0,577			
	Lisansüstü	140	3,590	0,606			

Tablo 5.13.'te sunulan sonuçlara göre, empati alt boyutu yaşa göre p değerinin 0,05'ten küçük olması sebebiyle değişkenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Hair vd., 2014). Bofferini testi ile bu anlamlı farklılığın lise ve altı düzeyinde eğitime sahip katılımcılar ile ön lisans düzeyinde eğitime sahip katılımcılar arasında olduğu tespit edilmiştir.

#### 5.14. Gelir Anova Testi

Örnekleme üzerinden Anova testi yapılmadan önce örneklemin homojen olarak dağıldığına ilişkin Levene testi sonuçları kontrol edilmiştir. Levene testinin bütün boyutlar için  $p>0,05$  olduğu, bu nedenle örneklemin homojen olarak dağıldığı belirlenmiştir (İslamoğlu ve Alınçık, 2019).

**Tablo 5.14. Gelir Anova Testi**

Ölçek	Gelir		N	$\bar{x}$	Ss	F	p	Fark
Fiziksel	5500-9000 arasında	TL	132	3,761	0,883	0,463	,763	
	9001-12000 arasında	TL	56	3,857	0,760			
	12001-15000 arasında	TL	90	3,889	0,654			
	1501-18000 arasında	TL	61	3,865	0,627			
	18001 TL ve üzeri		58	3,853	0,758			
Güvenirlilik	5500-9000 arasında	TL	132	3,841	0,701	1,828	,123	
	9001-12000 arasında	TL	56	3,743	0,592			
	12001-15000 arasında	TL	90	3,816	0,664			
	1501-18000 arasında	TL	61	3,574	0,630			
	18001 TL ve üzeri		58	3,748	0,703			
Yanıt Verebilirlik	5500-9000 arasında	TL	132	3,879	0,700	0,678	,608	
	9001-12000 arasında	TL	56	3,808	0,507			
	12001-15000 arasında	TL	90	3,828	0,595			
	1501-18000 arasında	TL	61	3,725	0,512			
	18001 TL ve üzeri		58	3,806	0,628			
Güvence	5500-9000 arasında	TL	132	3,866	0,914	0,982	,417	
	9001-12000 arasında	TL	56	3,661	0,859			
	12001-15000 arasında	TL	90	3,789	0,567			
	1501-18000 arasında	TL	61	3,684	0,695			
	18001 TL ve üzeri		58	3,806	0,701			
Empati	5500-9000 arasında	TL	132	3,727	0,701	2,259	,062	
	9001-12000 arasında	TL	56	3,525	0,492			
	12001-15000 arasında	TL	90	3,527	0,572			
	1501-18000 arasında	TL	61	3,512	0,523			
	18001 TL ve üzeri		58	3,607	0,662			

Tablo 5.14.'te sunulan sonuçlara göre, bütün alt boyutlarda gelire göre p değerinin 0,05'ten büyük olması sebebiyle değişkenler arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir (Hair vd., 2014).

#### **5.15. Seyahat Sıklığı Anova Testi**

Örnekleme üzerinden Anova testi yapılmadan önce örneklemin homojen olarak dağıldığına ilişkin Levene testi sonuçları kontrol edilmiştir. Levene testinin bütün boyutlar için  $p > 0,05$  olduğu, bu nedenle örneklemin homojen olarak dağıldığı belirlenmiştir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019).



**Tablo 5.15. Seyahat Sıklığı Anova Testi**

Ölçek	Seyahat Sıklığı	N	$\bar{x}$	Ss	F	p	Fark
Fiziksel	Haftada bir	7	3,286	0,973	1,640	,163	
	Ayda bir	51	3,730	0,821			
	Üç ayda bir	89	3,792	0,707			
	Altı ayda bir	124	3,847	0,633			
	Yılda bir	126	3,921	0,862			
Güvenirlilik	Haftada bir	7	3,600	0,757	1,772	,134	
	Ayda bir	51	3,686	0,721			
	Üç ayda bir	89	3,676	0,685			
	Altı ayda bir	124	3,750	0,686			
	Yılda bir	126	3,889	0,610			
Yanıt Verebilirlik	Haftada bir	7	3,357	0,802	2,847	<b>,024</b>	<b>1&gt;5</b>
	Ayda bir	51	3,828	0,582			
	Üç ayda bir	89	3,694	0,622			
	Altı ayda bir	124	3,843	0,613			
	Yılda bir	126	3,919	0,591			
Güvence	Haftada bir	7	3,679	0,773	2,118	,078	
	Ayda bir	51	3,667	0,815			
	Üç ayda bir	89	3,646	0,787			
	Altı ayda bir	124	3,788	0,761			
	Yılda bir	126	3,927	0,751			
Empati	Haftada bir	7	3,371	0,647	1,940	,103	
	Ayda bir	51	3,643	0,490			
	Üç ayda bir	89	3,490	0,622			
	Altı ayda bir	124	3,577	0,626			
	Yılda bir	126	3,703	0,644			

Tablo 5.15'te sunulan sonuçlara göre, Yanıt Verebilirlik alt boyutu seyahat sıklığına göre p değerinin 0,05'ten küçük olması sebebiyle değişkenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Hair vd., 2014). Bofferini testi ile bu anlamlı farklılığın haftada bir seyahat eden katılımcılar ile yılda bir seyahat eden katılımcılar arasında olduğu tespit edilmiştir.



Araştırmada üzerinde durulan hipotezlerin değerlendirilmesi aşağıdaki gibidir:

**Tablo 5.5** *Hipotezlerin Değerlendirilmesi*

No:	Hipotez	Kabul/ Ret
H1 <sub>A</sub>	Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H1 <sub>B</sub>	Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Kabul
H1 <sub>C</sub>	Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H1 <sub>D</sub>	Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H1 <sub>E</sub>	Yaşa göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H2 <sub>A</sub>	Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H2 <sub>B</sub>	Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H2 <sub>C</sub>	Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H2 <sub>D</sub>	Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H2 <sub>E</sub>	Cinsiyete göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Kabul
H3 <sub>A</sub>	Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H3 <sub>B</sub>	Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H3 <sub>C</sub>	Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret

**Tablo 5.6 (Devam)** *Hipotezlerin Değerlendirilmesi*

H3 <sub>D</sub>	Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H3 <sub>E</sub>	Medeni duruma göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H4 <sub>A</sub>	Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H4 <sub>B</sub>	Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H4 <sub>C</sub>	Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H4 <sub>D</sub>	Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H4 <sub>E</sub>	Eğitim durumuna göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Kabul
H5 <sub>A</sub>	Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H5 <sub>B</sub>	Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H5 <sub>C</sub>	Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H5 <sub>D</sub>	Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H5 <sub>E</sub>	Gelir durumuna göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H6 <sub>A</sub>	Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi fiziksel boyut açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H6 <sub>B</sub>	Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi güvenilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret

**Tablo 5.7 (Devam) Hipotezlerin Değerlendirilmesi**

H6C	Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi yanıt verebilirlik boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Kabul
H6D	Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi güven boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret
H6E	Seyahat sıklığına göre algılanan hizmet kalitesi empati boyutu açısından farklılık göstermektedir.	Ret



## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yer hizmetleri çalışma performansı sivil havacılık uçuş döngüsünün önemli bir kısmıdır. Yükleme-boşaltma, yakıt ikmali gibi işlemler esnasında emniyetli ve verimli bir sonuç elde edilmesi beklenir. Yer hizmetleri işletmesi, personel ve ekipmanları ile beraber hava aracının uçuşlar arasında yerde kalış süresince belli konularda hizmet vermekle yükümlüdürler (Ek ve Akselsson, 2007).

Bu çalışmada havayolu seyahati gerçekleştirmiş yolcuların yer hizmetlerine yönelik kalite algılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışma belli hipotezler dahilinde değerlendirilmiştir. Literatürde yaş olgusunun hizmet kalitesi ile ilişkisi üzerine yapılmış çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin Sharma, Chen ve Luk isimli araştırmacıların 2012 yılında gerçekleştirdikleri çalışmada hizmet değerlendirme sürecinde yaş ve cinsiyet olgularının etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak İlias vd. (2008) yaş olgusunun hizmet kalitesi bağlamında memnuniyet üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada ise yaş ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılık 51-60 yaş ve 61 üzeri yaş grubu arasındaki katılımcılarda 'Güvenilirlik' boyutunda gerçekleşmiştir. Anket soruları incelendiğinde 'Güvenilirlik' boyutunda genel itibari ile sunulan hizmetin zamanında yerine getirilmesi, bir sorun yaşanması durumunda güven verici ve içten bir şekilde cevap verilmesi ifadeleri mevcuttur. Yer hizmetleri işletmelerinin hizmet sunumu gerçekleştirirken ilgili personellerin sorulan sorulara daha kapsamlı ve tatmin edici cevaplar vermesi, yolculara güven verici tutum ve davranış sergilemesi gibi konulara daha fazla dikkat etmeleri, yolcuların hizmet kalitesi algılarını yükselteceği düşünülmektedir.

Cinsiyetin hizmet kalitesi algısı üzerine etkisi olup olmadığı konusunda yapılmış çalışmalar değerlendirildiğinde Spathis, Petridou ve Glaveli isimli araştırmacıların çalışmaları, Yunan erkek ve kadınların aldıkları hizmetin kalitesine ilişkin algılarının farklı oldukları sonucuna ulaşmışlardır (Spathis, Petridou ve Glaveli, 2004). Belediye hizmetlerinin kalite algısının belirlenmeye çalışıldığı araştırmada kadın ve erkeklerin hizmet kalitesi algılarının farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yapılmış çalışma gibi bu çalışmada da hizmet kalitesi algısı kadın ve erkeklerde farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anlamlı farklılığın bulunduğu boyut ise 'Empati' boyutudur. Empati boyutu ifadeleri incelendiğinde personelleri yardımı ile işletmelerden sorunlarla ilgilenmesi; çözüm üretebilmesi; uygun çalışma saatlerine sahip olması; yolcuların

gereksinimleri ile içtenlikle ilgilenmesi ve yolcuların ihtiyaçlarının anlaşılması beklenmektedir. Yer hizmetleri işletmelerinin bu ifadelere yönelik girişimlerde bulunmaları yolcuların hizmet kalitesi algılarını yükselteceği düşünülmektedir.

Medeni durumun müşteri memnuniyeti üzerine yapılmış çalışmalarında Mirzagoli ve Memarian (2015) evli bireylerin ATM'den aldıkları hizmetten daha memnun oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Melkis, Hilmi ve Mustapha (2014) hazır yiyecek tüketen evli ve bekar bireyler arasında hizmet kalitesi algısı yönünde anlamlı farklılık elde etmişlerdir. Literatürün aksine bu çalışmada evli veya bekar olma durumu ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı bir farklılık elde edilmemiştir. Buradan yola çıkarak bireylerin evli veya bekar olması ile yer hizmeti kalite algısı arasında bir farklılık olmadığı değerlendirilmesinde bulunulabilir.

Eğitim durumunun algılanan hizmet kalitesi üzerine etkisi incelenen çalışmalarında Berrera, Garcia ve Moreno (2014) internet yolu ile alışveriş gerçekleştirme ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Literatürle benzer şekilde bu çalışmada elde edilen verilerde de eğitim durumu ile hizmet kalitesi algısı arasında anlamlı bir farklılık mevcuttur. Farklılık 'lise ve altı' ve 'ön lisans' eğitim düzeyindeki katılımcılarda 'Empati' boyutunda gerçekleşmiştir. 'Empati' boyutunda yaşanan sorunlarla tek tek ilgilenilmesi; uygun çalışma saatlerine sahip olunması; sorunlarla özenle ilgilenilmesi; gereksinimlerle içtenlikle ilgilenilmesi ve özel ihtiyaçların anlaşılması gibi ifadeler mevcuttur. Yer hizmetleri işletmelerinin diğer müşterilerinin yanı sıra 'lise ve altı' ve 'ön lisans' eğitim düzeyine sahip yolcularına yönelik bu alanlarda hizmet farklılaştırması ve iyileştirmesi yapmalarının, yolcuların hizmet kalitesi algılarını yükseltebileceği düşünülmektedir.

Grazhdani ve Merollari (2015) cinsiyet ve meslek gibi demografik özelliklerin yanında gelir durumunun, bankadan alınan hizmetin kalite algısı arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Literatürdeki çalışma ile benzer sonuçlar bu çalışmada da elde edilmiştir. Alınan yer hizmetlerinin kalite algısı ile gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık elde edilmemiştir.

Bilet fiyatlarının seyahat amacı üzerinde anlamlı etkisinin olup olmadığı araştırılan çalışmada Jiang ve Zhang (2016) iş amaçlı seyahat eden yolcular ile tatil amaçlı seyahat eden yolcular arasında bilet fiyatlarına ve dolayısıyla alınan hizmete yönelik kalite algısına etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Literatürdeki çalışmaya benzer sonuçlar bu

çalışmada da elde edilmiştir. ‘Haftada bir’ ve ‘Yılda bir’ seyahat eden yolcular arasında ‘Yanıt Verilebilirlik’ boyutunda anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. ‘Yanıt Verilebilirlik’ boyutu ile yer hizmetleri işletmeleri personellerinden yolculara hizmetin ne zaman yerine getirileceğine yönelik bilgi aktarımı gerçekleştirilmesi; hızlı hizmet sağlanması; yardım etmeye istekli olunması ve yolcuların sorularına cevap verilmesi beklenmektedir. ‘Yılda bir’ ve ‘haftada bir’ seyahat eden yolcularla beraber diğer yolcuların da sorularının cevaplandırılması; hizmetin ne zaman sunulacağına yönelik bilgi aktarımının yapılması; hizmetin hızlı sunulması ve yardım etmeye istekli olunması gibi durumlarda yapılacak iyileştirmelerin, yolcuların hizmet kalitesi algısını yükselteceği düşünülmektedir.

Arştırmaya katılan 397 katılımcıdan 322’si aldıkları yer hizmetlerini başkalarına tavsiye edebileceklerini belirtirken, 75 katılımcı ise tavsiye etmediklerini belirtmişlerdir. Tavsiye oranı görece yüksek olmasına karşın, yer hizmetleri işletmelerinin tavsiye etmeyecek yolcu ve misafirlerinin tavsiye etmeme sebepleri üzerinde durarak, hizmet kalitelerini geliştirmeye çalışmalarının, işletme olarak kendilerine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Anlamlı farklılığın bulunduğu durumlar incelenecek olursa, bu çalışmada elde edilen verilerden yola çıkarak hizmet kalitesi algısını etkilediği düşünülen boyutlardan birinin empati boyutu olduğu söylenebilir. Yer hizmetleri işletmelerinin genel olarak müşterilerinin sorularını yetkinlikle ve içtenlikle cevaplamaları müşterilerinin kalite algılarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. “Gereksinimlerle içtenlikle ilgilenilmesi”, insanların o an “özel ihtiyaçlarının” olabileceği varsayımı ile hareket edilerek yolculara bu şekilde yaklaşılması, “sorunlarla içtenlikle ilgilenilmesi” de hizmet kalitesi algısını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmekte ve işletmelere önerilmektedir.

Katılımcılardan elde edilen veriler ışığında “Yanıt Verilebilirlik” ve “Güvenilirlik” boyutlarında da hizmet kalitesi algısında anlamlı farklılıklar mevcuttur. Bu boyutlardaki ifadeler de incelenecek olursa, hizmet alımı esnasında yolcular, sunulan hizmetin söz verilen zamanda, hızlı ve doğru bir şekilde yerine getirilmesini istemektedirler. Ayrıca personelin yardım etmeye istekli ve meşgul olursa dahi sorulara cevap vermelerini istemektedirler. Yer hizmetleri işletmelerinin bu konularda düzenleme ve geliştirmelerde bulunması yolcuların nezdinde hizmet kalitesi algılarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Ayrıca yer hizmetleri işletmelerinin personele yönelik eğitim ve seminerler düzenleyerek çalışanlarını bu konu başlıklarında eğitmeleri önerilmektedir.

## 7. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI VE ÖNERİLER

Bu çalışma gerçekleştirilirken bazı noktalar değerlendirme dışında bırakılmıştır. Çalışmanın sınırlılıkları olarak nitelendirilebilecek noktalar aşağıda belirtilmiştir:

- Çalışma İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'nı kullanan yolcular ile gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar Türkiye'deki diğer havalimanlarını kapsamamaktadır.

- Araştırma iç hat uçuş gerçekleştiren yolcular ile gerçekleştirildiğinden dolayı, sonuçlar dış hat uçuş gerçekleştiren yolculara genellenemeyecektir.

- Çalışma gerçekleştirilirken yer hizmetlerine yönelik kalite algısının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ancak anket soruları içerisinde hizmet alınan işletme ve hizmet alınan havalimanı özel olarak sorulmadığı için elde edilen sonuçlar ile havalimanları ve yer hizmetleri işletmeleri karşılaştırılamayacaktır. Bu husus da araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır.

Bu hususlardan yola çıkarak, ilerideki araştırmalar için şu önerilerde bulunulabilir:

- İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanları karşılaştırılabilir. Ayrıca yurt içi ve yurt dışındaki havalimanlarının da araştırmaya dahil edilip daha kapsamlı sonuçlara ulaşılabilmesi önerilmektedir.

- İç hat ve dış hat uçuş gerçekleştiren yolcular üzerine yapılacak bir çalışma ile her iki uçuş öncesi deneyim arasındaki farkın araştırılması önerilmektedir.

- Gerek iç hat gerekse dış hat uçuşu gerçekleştirecek yolculara, hizmet aldıkları işletmenin de sorulması ile beraber işletmelerin karşılaştırılması yapıp öne çıkan noktalar hakkında bilgi sağlanması da önerilebilecek bir başka husustur.

## KAYNAKÇA

- Abdullah, K., Jan, M. T., & Manaf, N. H. (2012). A structural equation modeling approach to validate the dimensions of SERVPERF in airline industry of Malaysia. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(2), s. 134-141.
- Agarwal, I., & Gowda, K. R. (2021). The effect of airline service quality on customer satisfaction and loyalty in India. *Materials Today: Proceedings*, 37, s. 1341-1348.
- Allen, J. M., & Sawhney, R. (2015). *Administration and Management in Criminal Justice*. Los Angeles: Sage Publications.
- Ataman, G., Behram, N. K., & Eşgi, S. (2011). İş amaçlı havayolu pazarında hizmet kalitesinin Servqual modeli ile ölçülmesi ve Türk Hava Yolları 'Business Class' yolcuları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(26), 73-87.
- Babbar, S., & Koufteros, X. (2008). The human element in airline service quality: contact personnel and the customer. *International Journal of Operations & Production Management*, s. 804-830.
- Bahar, E. (2020). Airlines employees service quality perception of the ground handling management. *Journal of Aeronautics and Space Technologies*, s. 91-105.
- Bakır, M., Özdemir, E., & Akan, Ş. (2021). A novel MADM approach to the ground-handling agent selection problem in B2B markets. *Journal of Advances in Management Research*, s. 684-707.
- Bakır, M., Özdemir, E., Akan, Ş., & Atalık, Ö. (2022). A bibliometric analysis of airport service quality. *Journal of Air Transport Management*, 104, s. 1-14.

- Barakat, H., Yeniterzi, R., & Martín-Domingo, L. (2021). Applying deep learning models to twitter data to detect airport service quality. *Journal of Air Transport Management*, 91, s. 1-8.
- Barrera, R. B., García, A. N., & Moreno, M. R. (2014). Evaluation of the e-service quality in service encounters with incidents: Differences according to the socio-demographic profile of the online consumer. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23, s. 184-193.
- Bawa, P. (2011). Factors influencing the choice of domestic airlines in Chandigarh-An empirical study. *Asia-Pacific Business Review*, s. 104-110.
- Bevilacqua, M., Ciarapica, F. E., Mazzuto, G., & Paciarotti, C. (2013). A BPR approach for ground handling process: a case study. *The International Federation of Automatic Control*, s. 180-185.
- Bezerra, G. C., & Gomes, C. F. (2016). Measuring airport service quality: A multidimensional approach. *Journal of Air Transport Management*, s. 85-93.
- Bilişik, M. T. (2019). Hizmet kalitesinin Servqual yöntem ile ölçümü: Bir hazır yemek firması üzerine araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, s. 484-498.
- Bozkurt, R., & Odaman, A. (1995). *ISO 9000 kalite güvence sistemleri*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Brochado, A. (2009). Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, s. 174-190.
- Brueckner, J. K., & Flores-Fillol, R.-F. (2020). Market structure and quality determination for complementary products: Alliances and service quality in the airline industry. *International Journal of Industrial Organization*, 68, s. 1-20.

- Burghouwt, G., Poort, J., & Ritsema, H. (2014). Lessons learnt from the market for air freight ground handling at Amsterdam Airport Schiphol. *Journal of Air Transport Management*, 41, s. 56-63.
- Bülbül, H., & Demirer, Ö. (2008). Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri SERVQUAL ve SERPERF'in Karşılaştırmalı Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 181-198.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Chikha, P., & Skorupski, J. (2022). The risk of an airport traffic accident in the context of the ground handling personnel performance. *Journal of Air Transport Management*, 105, s. 1-13.
- Chou, C.-C., Liu, L.-J., Huang, S.-F., & Yih, J.-M. (2011). An evaluation of airline service quality using the fuzzy weighted SERVQUAL method. *Applied Soft Computing*, s. 2117-2128.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cowell, D. (1984). *The Marketing of Services*. London: McMillan.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination ve Extension. *Journal of Marketing*, s. 55-68.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, s. 125-131.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, s. 125-131.

- Cudeck, R., & O'Dell, L. (1994). Applications of standard error estimates in unrestricted factor analysis: Significance tests for factor loadings and correlations. *Psychological Bulletin*, s. 475-487.
- Çelikkol, E. S., C., G. U., V., N. T., & Çelikkol, Ş. (2012). Türkiye’de iç hatlardaki havayolu taşımacılığında müşteri tercihi ve memnuniyetini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, s. 70-81.
- Değermen, A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Deng, Q., Santos, B. F., & Curran, R. (2020). A practical dynamic programming based methodology for aircraft maintenance check scheduling optimization. *European Journal of Operational Research*, s. 256-273.
- Dörtyol, İ. T. (2014). *Ulusal Kültür Perspektifinden Hizmet Kalitesi ve Müşteri Değeri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Ek, Å., & Akselsson, R. (2007). Aviation on the ground: safety culture in a ground handling company. *The International Journal Of Aviation Psychology*, s. 59-76.
- Ekiz, D. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Eleren, A., & Kılıç, B. (2007). Turizm Sektöründe SERVQUAL Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, s. 235-263.
- Erdoğan, D. (2019). Sözleşme Süresinin Belirlenmesi: İşlem Maliyeti Teorisi Bakışıyla Yer Hizmeti Sözleşmeleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, s. 623-637.
- Ernitsa, R. M., Pupkes, B., Keiser, D., Reiß, M., & Freitag, M. (2022). Inflight catering services – a comparison of central and decentral galleys inside the aircraft cabin, a concept-based approach. *11th International Conference on Air Transport –*

- INAIR 2022, Returning to the Skies* (s. 34-43). Bremen: Transportation Research Procedia.
- Erođluer, K. (2013). Hizmet kalitesi algısının kurumsal imaja etkisi üzerine hizmet sektöründe bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 29-45.
- Eski, S., & Tasus, H. S. (2018). Havaalanlarında Sunulan Yer Hizmetlerinin Avrupa Ekonomisine Etkisi: Türkiye, Almanya Ve İngiltere Uygulamaları. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, s. 56-83.
- Farooq, M. S., Salamb, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67, s. 169-180.
- Fettahlıoğlu, Ö. O., Polat, M., & Demir, S. (2016). Hizmet kalitesinin Servqual analizi ile ölçümü: Kahramanmaraş ilinde bir uygulama. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, s. 849-860.
- Fitouri-Trabelsi, S., Cosenza, C. A., & Mora-Camino, F. (2013). Ground Handling Management at Airports with Fuzzy Information. *The International Federation of Automatic Control* (s. 373-378). Fortaleza: 6th IFAC Conference on Management and Control of Production.
- Gilbert, D., & Wong, R. K. (2003). Passenger expectations and airline services: a Hong Kong based study. *Tourism Management*, s. 519-532.
- Grazhdani, S., & Merollari, K. (2015). The influence of demographic factor on customer service quality perception. *European Journal of Economics and Business Studies*, 1(2), s. 155-167.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, s. 36-44.

- Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing – Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexistong: Lexistong Books.
- Grönroos, C. (2008). Service logic revisited: who creates value? And who co-creates? *European Business Review*, s. 298-314.
- Gupta, H. (2018). Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKOR. *Journal of Air Transport Management*, 68, s. 35-47.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, s. 107-123.
- Hasan, M., Khan, M. N., & Farooqi, R. (2019). Service quality and customer satisfaction in low cost airlines: A critical review of extant literature. *Pacific Business Review International*, s. 77-92.
- Hatipoğlu, S., & Işık, E. S. (2015). Havayolu ulaşımında hizmet kalitesinin ölçülmesi: İç hatlarda bir uygulama. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 293-312.
- Haywood-Farmer, J. (1988). A Conceptual Model of Service Quality. *International Journal of Operations & Production Management*, s. 19-29.
- Ilias, A., Abu Hasan, H., Rahman, R., & Yaso', M. R. (2008). Student satisfaction and service quality: Any differences in demographic factors? *International Business Research*, 1(4), s. 131-143.

- International Air Transport Association. (2014). *Airport handling manual – IATA Ground Operations Manual (IGOM) Supplement*. Montreal: International Air Transport Association.
- İslamoğlu, A. H., & Alınacıık, Ü. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayın.
- İslamoğlu, A. H., Candan, B., Hacıefendioğlu, Ş., & Aydın, K. (2006). *Hizmet Pazarlaması*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Jeeradist, T., Thawesaengskulthai, N., & Sangsuwan, T. (2016). Using TRIZ to enhance passengers' perceptions of an airline's image. *Journal of Air Transport Management*, 53, s. 131-139.
- Jiang, H., & Zhang, Y. (2016). An investigation of service quality, customer satisfaction and loyalty in China's airline market. *Journal of Air Transport Management*, 57, s. 80-88.
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Journal of The Japanese Society for Quality Control*, s. 147-156.
- Karadeniz, M., & Demirkan, G. (2015). Perakende mağazacılık sektöründe hizmet kalitesinin marka sadakati üzerine etkisi: Bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 245-262.
- Karadeniz, M., & Ünver, N. M. (2014). Şehir içi denizyolu ulaşımında müşterilerin hizmet algısı ve memnuniyeti: Bir uygulama. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, s. 43-68.
- Karafakıoğlu, M. (1998). *Sağlık hizmetleri pazarlaması*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayınları.
- Kavus, B. Y., Tas, P. G., Ayyıldız, E., & Taskin, A. (2022). A three-level framework to evaluate airline service quality based on interval valued neutrosophic AHP

- considering the new dimensions. *Journal of Air Transport Management*, 99, s. 1-15.
- Kazançoğlu, İ. (2011). Havayolu firmalarında müşteri sadakatinin yaratılmasında kurum imajının ve algılanan hizmet kalitesinin etkisi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, s. 130-158.
- Kim, Y. K., & Lee, H. R. (2011). Customer satisfaction using low cost carriers. *Tourism Management*, s. 235-243.
- Koç, E. (2015). *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Korfiatis, N., Stamolampros, P., & Kourouthanassis, P. (2019). Measuring service quality from unstructured data: A topic modeling application on airline passengers' online reviews. *Expert Systems With Applications*, 116, s. 472-486.
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *The Service Industries Journal*, s. 287-303.
- Leong, L.-Y., Hew, T., Lee, V., & Ooi, K.-B. (2015). An SEM-artificial-neural-network analysis of the relationships between SERVPERF, customer satisfaction and loyalty among low-cost and full-service airline. *Expert Systems with Applications: An International Journal*, 42(19), s. 6620-6634.
- Lim, S. S., & Tkaczynski, A. (2017). Origin and money matter: The airline service quality expectations of international students. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, s. 244-252.
- Luo, L., Arizmendi, C., & Gates, K. M. (2019). Exploratory Factor Analysis (EFA) programs in R. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, s. 819-826.

- Mainardes, E. W., Sodr'e de Melo, R. F., & Moreira, N. C. (2021). Effects of airport service quality on the corporate image of airports. *Research in Transportation Business & Management*, 41, s. 1-11.
- Marczyk, G. R., DeMatteo, D., & Festinger, D. (2010). *Essentials of research design and methodology*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Marintseva, K., Yun, G., & Kachur, S. (2015). Resource allocation improvement in the tasks of airport ground handling operations. *Aviation*, 19(1), s. 7-13.
- Meersman, H., Pauwels, T., Struyf, E., Van de Voorde, E., & Vanelslander, T. (2011). Ground handling in a changing market. The case of Brussels Airport. *Research in Transportation Business & Management*, s. 128-135.
- Melkis, M., Hilmi, M. F., & Mustapha, Y. (2014). The influence of marital status and age on the perception of fast food consumer. *International Journal of Business and Innovation*, 1(3), s. 33-42.
- Mirzagoli, M., & Memarian, E. (2015). The effects of demographic factors on customer satisfaction from ATM (Case Study: mellat Bank in Mazandaran state). *Cumhuriyet Üniversitesi Fen Fakültesi Fen Bilimleri Dergisi*, 3, s. 2049-2056.
- Mokhlis, S. (2012). The influence of service quality on satisfaction: A gender comparison. *Canadian Center of Science and Education*, 1(1), s. 103-112.
- Mudie, P., & Pirrie, A. (2006). *Services Marketing Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Musa, M., & Isha, A. S. (2020). Substantial effect of voluntary policy interventions on aircraft ground handling safety. *Journal of Air Transport Management*, 89, s. 1-8.

- Musa, M., & Isha, A. S. (2021). Holistic view of safety culture in aircraft ground handling: Integrating qualitative and quantitative methods with data triangulation. *Journal of Air Transport Management*, s. 1-12.
- NAS Afghanistan. (2014). Ground Operations Manual. Kabul.
- Odabaşı, Y. (2000). *Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Ankara: Sistem Yayıncılık.
- Okumuş, A., & Asil, H. (2007). Hizmet kalitesi algılamasının havayolu yolcularının genel memnuniyet düzeylerine olan etkisinin incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, s. 7-29.
- Okumuş, A., & Duygun, A. (2008). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 17-38.
- Özsağır, A., & Akın, A. (2012). Hizmetler sektörü içinde hizmet ticaretinin yeri ve karşılaştırmalı bir analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 311-331.
- Pabedinskaitė, A., & Akstinaitė, V. (2014). Evaluation of the airport service quality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, s. 398-409.
- Palmer, A. (1998). *Principles of Services Marketing*. Maidenhead: McGrawHill.
- Parast, M. M., & Golmohammadi, D. (2021). Operational slack, service disruptions, and service quality: Empirical evidence from the US airline industry. *Computers & Industrial Engineering*, 161, s. 1-12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, s. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, s. 41-50.

- Pekkaya, M., & Akıllı, F. (2013). Hava yolu hizmet kalitesinin Servperf-Servqual ölçeği ile değerlendirilmesi ve istatistiksel analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 75-96.
- PeriyarSelvam, U., Tamilselvan, T., Thilakan, S., & Shanmugaraja, M. (2013). Analysis on costs for aircraft maintenance. *Advances in Aerospace Science and Applications*, s. 177-182.
- Polat, G., & Korkmaz, M. (2018). Outsourcing in Aviation: Contracts and Current Situation. *E-Journal of Law*, s. 119-149.
- Ramaswamy, R. (1996). *Design and management of service processes : keeping customers for life*. MA: Addison-Wesley.
- Redman, T., & Mathews, B. P. (1998). Service quality and human resource management. *Personnel Review*, s. 57-77.
- Rezaei, J., Kothadiya, O., Tavasszy, L., & Kroesen, M. (2018). Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. *Tourism Management*, 66, s. 85-93.
- Rodríguez-González, F. G., & Segarra, P. (2016). Measuring academic service performance for competitive advantage in tertiary education institutions: the development of the TEdPERF scale. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, s. 171-183.
- Rosander, A. C. (1991). *Deming's 14 Points Applied to Services*. New York: Marcel Dekker, Inc.
- Sasser, E., Olsen, P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service Operations: Text, Cases, and Readings*. Boston: Allyn and Bacon.

- Savaş, H., & Kesmez, A. G. (2014). Hizmet kalitesinin Servqual modeli ile ölçülmesi: Aile sağlığı merkezleri üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 1-13.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research*, s. 23-74.
- Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2005). Service quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), s. 913-949.
- Seyran, C. D. (2004). *Hizmet Kalitesi, Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış*. İstanbul: KalDer Yayınları.
- Shah, F. T., Syed, Z., Imam, A., & Raza, A. (2020). The impact of airline service quality on passengers' behavioral intentions using passenger satisfaction as a mediator. *Journal of Air Transport Management*, 85, s. 1-12.
- Sharma, P., Chen, I. S., & Luk, S. T. (2012). Gender and age as moderators in the service. *Journal of Services Marketing*, 26(2), s. 102-114.
- SHGM. (2017). SHT-YHT. *Havalimanları Yer Hizmet Türleri ve Detayları Talimatı*. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- SHGM. (2022). HAVALİMANLARI/HAVAALANLARI YER HİZMETLERİ YÖNETMELİĞİ (SHY-22). Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Shiwakoti, N., Jiang, H., & Nguyen, A. D. (2022). Passengers' perception of safety and its relationship with demographics, service quality, satisfaction and loyalty in airlines sector - A case study of Vietnam to Australia route. *Transport Policy*, 124, s. 194-202.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2014). *Ramp hizmetleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2015). *Yük kontrolü ve haberleşme hizmetleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2016). *Gözetim ve yönetim hizmeti kitabı*. Ankara: Art Ofset Matbaacılık.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2023). *Yer hizmetleri kuruluşları*. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü: [https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/havacilik\\_isletmeleri/yhk-301222.pdf](https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/havacilik_isletmeleri/yhk-301222.pdf) adresinden alındı
- Skorupski, J., Grabarek, I., Kwasiborska, A., & Czyzo, S. (2020). Assessing the suitability of airport ground handling agents. *Journal of Air Transport Management*, s. 1-10.
- Spathis, C., Petridou, E., & Glaveli, N. (2004). Managing service quality in banks: Customers' gender effects. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(1), s. 90-102.
- Stamolampros, P., & Korfiatis, N. (2019). Airline service quality and economic factors: An ARDL approach on US airlines. *Journal of Air Transport Management*, 77, s. 24-31.
- Studic, M., Majumdar, A., Schuster, W., & Ochieng, W. Y. (2017). A systemic modelling of ground handling services using the functional resonance analysis method. *Transportation Research Part C*, s. 245-260.
- Suhartanto, D., & Noor, A. A. (2012). Customer satisfaction in the airline industry: The role of service quality and price. *Asia Tourism Forum Conference*, (s. 1-9).
- Szabo, S., Pilát, M., Makó, S., Korba, P., Cicvákóvá, M., & Kmec, L. (2022). Increasing the Efficiency of Aircraft Ground Handling— A Case Study. *Aerospace*, s. 1-13.

- Şen, L. M., & Akpur, A. (2017). Düşük maliyetli bir havayolu işletmesinde uçak içi hizmetler kalite algısını ölçmeye yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), s. 63-83.
- Şerefkaya, A. K. (1997). *Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü*. Ankara: SPK Yayınları.
- Tabares, D. A., Mora-Camino, F., & Drouin, A. (2021). A multi-time scale management structure for airport ground handling automation. *Journal of Air Transport Management*, s. 1-11.
- Tahanisaz, S., & Shokuhyar, S. (2020). Evaluation of passenger satisfaction with service quality: A consecutive method applied to the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 83, s. 1-10.
- Tekin, A. (2012). *Temel istatistik dersleri*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tiernan, S., Rhoades, D. L., & Waguespack, B. (2008). Airline service quality: Exploratory analysis of consumer perceptions and operational performance in the USA and EU. *Managing Service Quality*, s. 212-224.
- Türel, N. Ş., Durmaz, V., Bahçecik, Y. S., & Akay, S. S. (2019). An Analysis of Importance of Innovative Behaviors of Ground Handling Human Resources in Ensuring Customer Satisfaction. *Procedia Computer Science*, s. 1077-1087.
- Uslu, A. (2013). Ankara şehirlerarası terminal işletmesi hizmet kalitesinin SERVPERF yöntemi ile ölçülmesi. *Yeni Fikir Dergisi*, 5(10), s. 67-86.
- Waguespack, B. P., & Rhoades, D. L. (2014). Twenty five years of measuring airline service quality or why is airline service quality only good when times are bad? *Research in Transportation Business & Management*, 10, s. 33-39.

- Wang, T.-C., & Pham, Y. T. (2020). An Application of Cluster Analysis Method to Determine Vietnam Airlines' Ground Handling Service Quality Benchmarks. *Journal of Advanced Transportation*, s. 1-13.
- Wolak, R., Kalafatis, S., & Harris, P. (1998). An Investigation Into Four Characteristics of Services. *Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science*, s. 22-41.
- Xiao, Y. (2017). A fast algorithm for two-dimensional Kolmogorov–Smirnov two sample tests. *Computational Statistics & Data Analysis*, s. 53-58.
- Yangınlar, G., & Tuna, F. (2020). Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesinin kurumsal imaj, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerindeki etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(1), s. 173-187.
- Yaşar, M., & Özdemir, E. (2016). Türkiye'de yer hizmetleri işletmelerindeki hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi. *Türk Hava Kurumu Üniversitesi 3rd Aviation Management Congress* (s. 71-82). Ankara: Türk Hava Kurumu Üniversitesi.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, s. 74-85.
- Yazgan, E., Durmaz, V., & Kucuk Yilmaz, A. (2022). Development of risk factors taxonomy in ramp operations for corporate sustainability. *Aircraft Engineering and Aerospace Technology*, s. 268-278.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, M., Mutlu, S., Nagy, A., & Kale, U. (2023). Solar energy for the airport ground support equipment – a quantitative study. *Aircraft Engineering and Aerospace Technology*, s. 1-7.

- Yıldız, O., & Erdil, S. (2013). Türkiye havayolu yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesinin karşılaştırmalı ölçülmesi. *Öneri Dergisi*, 10(39), s. 89-100.
- Yılmaz, F. (2020). Türkiye’de sivil havacılık sektörünün tarihsel gelişimi ve 2003-2018 yılları arasında sektörün değerlendirilmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, s. 113-129.
- Yılmaz, V., Çelik, H. E., & Depren, B. (2007). Devlet ve Özel Sektör Bankalarındaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, s. 234-248.
- Yılmaz, V., Filiz, Z., & Yaprak, B. (2007). Servqual yöntemiyle yüksek öğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), s. 299-315.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, s. 31-46.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Zhu, S., Sun, H., & Guo, X. (2022). Cooperative scheduling optimization for ground-handling vehicles by considering flights’ uncertainty. *Computers & Industrial Engineering*, s. 1-14.
- Ziehe, D., & Helfen, M. (2020). “You are not my boss!”: Managing inter-organizational collaboration in German ground handling operations. *German Journal of Human Research Management*, s. 356-382.

İnternet Ortamında Yer Alan Kaynaklar:

http-1: <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/thy-2021-yilinda-8-7-milyar-dolar-hizmet-ihracati-gerceklestirdi/2613143>

(Erişim tarihi: 15.09.2022)

http-2: <https://havas.net/yer-hizmetleri> (Erişim Tarihi:12.03.2023)

http-3: <https://www.celebiaviation.com/tr/hizmetler/yer-hizmetleri> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-4: <https://www.tgs.aero/Hizmetlerimiz/TemsilGozetimYonetim> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-5: <https://www.starsairlines.aero/services/ground-handling> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-6: <https://www.starsairlines.aero/services/ground-handling> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-7: <https://www.celebiaviation.com/tr/hizmetler/yer-hizmetleri> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-8: <https://www.skybrary.aero/articles/ground-handling> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-9: <https://www.gcg-ground.com/services-aircraft-cleaning> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-10: <https://www.mercuraviation.com/flight-support/catering-arrangements> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

http-11: <http://www.sistemsecurity.com/hizmetlerimiz.html#ucak-ozel-guvenlik-hizmet-denetimi> (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

## EKLER

### EK-1. ANKET FORMU

#### ANKET FORMU

Bu anket formu “Yer Hizmetleri Kalite Algısının Servis Öçeđi ile Analizi: İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanlarını Kullanan Yolcular Üzerine Bir Araştırma” konulu yüksek lisans tezinin araştırma kısmı için hazırlanmıştır. Anket kapsamında İstanbul Havalimanı’nda veya İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı’nda sunulan hizmetin siz yolcular tarafından nasıl algılandığı ölçülmeye çalışılacaktır.

Anket kapsamında ilettiğiniz içtenlikli cevaplarınız araştırmamızın geçerliliği bakımından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca verdiğiniz cevaplar kesinlikle üçüncü kişi ve kurumlarla paylaşılmayacak olup, bilimsel amaçla kullanılacaktır.

Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Erdi BOZKIR

Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Yönetimi

Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK YILMAZ

Eskişehir Teknik Üniversitesi Havacılık ve Uzay  
Bilimleri Fakültesi

#### Demografik Bilgiler

- Cinsiyetiniz Erkek  Kadın
- Yaşınız 18-30  31-40  41-50  51-60  61 ve üstü
- Medeni Durumunuz Evli  Bekâr
- Eğitim Durumunuz (Son mezuniyet durumunuz) Lise ve altı  Ön lisans  Lisans  Lisans üstü
- Gelir düzeyiniz 5500-9000  9001-12000  12001- 15000  15001-18000  18001 ve üstü
- Seyahat Sıklığınız Haftada bir  Ayda bir  Üç ayda bir  6 ayda bir  Yılda bir
- Havayolu seyahatinizde aldığınız yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) işletmesini başkalarına tavsiye eder misiniz?  
Evet  Hayır

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
		1	2	3	4	5
1.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme teknolojiye uygun, modern görünüşlü ekipman ve araçlara sahiptir.	1	2	3	4	5
2.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışma alanları ve ofisleri, görsel olarak çekicidir.	1	2	3	4	5
3.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları, temiz ve düzgün görünüşlüdür.	1	2	3	4	5
4.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin hizmete eşlik eden materyalleri (Lcd Ekran Bilgi Panoları, broşürler, formlar vb.) görsel olarak çekicidir.	1	2	3	4	5
5.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, yapmaya söz verdiği hizmeti zamanında yerine getirir.	1	2	3	4	5
6.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, verilen hizmet ile ilgili bir sorun olduğunda çözüm için güven verici ve ilgili olarak, cana yakın bir şekilde hareket eder.	1	2	3	4	5
7.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, sunmuş olduğu hizmetleri ilk seferinde ve doğru bir şekilde yerine getirir.	1	2	3	4	5
8.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme sunduğu hizmeti söz verilen zamanda yerine getirir.	1	2	3	4	5
9.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, yolcu için sunduğu hizmet süreçleri ile ilgili dokümanları (faturalar, formlar vb.) hatasız kaydeder; dürüst ve güvenilirdir.	1	2	3	4	5
10.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları, yolculara hizmetin tam olarak ne zaman yerine getirileceğini söyler.	1	2	3	4	5
11.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları, yolculara hızlı hizmet verir.	1	2	3	4	5
12.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları her zaman, yolculara yardım etme isteğine sahiptir.	1	2	3	4	5
13.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları meşgul olsalar dahi yolcuların sorularına cevap vermektedirler.	1	2	3	4	5
14.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolcularda güven duygusu uyandırır.	1	2	3	4	5
15.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolculara kendini güvende hissettirir.	1	2	3	4	5
16.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolculara her zaman saygılıdır	1	2	3	4	5
17.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolcuların aldıkları hizmet ile ilgili sorularını yanıtlayabilecek yeterli bilgiye sahiptir.	1	2	3	4	5
18.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme, beklenmeyen olağanüstü durumlarda oluşan sorunlarla, tek tek ilgilenen ve çözüm üretebilen bir işletmedir.	1	2	3	4	5
19.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin kaliteli hizmet verebilmek için uygun çalışma saatleri vardır.	1	2	3	4	5
20.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme yolcuların sorunlarıyla özenle ilgilenen çalışanlara sahiptir.	1	2	3	4	5
21.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletme yolcuların gereksinimleriyle içtenlikle ilgilenir.	1	2	3	4	5
22.	Havayolu seyahatinde yer hizmetleri (biletleme, bavul hizmetleri vb.) aldığım işletmenin çalışanları yolcuların özel ihtiyaçlarını anlar.	1	2	3	4	5

## EK-2. ETİK KURUL ONAY RAPORU

Evrak Kayıt Tarihi: 17.11.2022 Protokol No: 443769

Tarih: 22.11.2022



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU  
KARAR BELGESİ

<b>ÇALIŞMANIN TÜRÜ:</b>	Yüksek Lisans Tez Çalışması
<b>KONU:</b>	Sosyal Bilimler
<b>BAŞLIK:</b>	Yer Hizmetleri Kalite Algısının Servperf Ölçeği ile Analizi: İstanbul Havalimanı ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanlarını Kullanan Yolcular Üzerine Bir Araştırma
<b>PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:</b>	Prof. Dr. Ayşe KÜÇÜK YILMAZ
<b>TEZ YAZARI:</b>	Erdi BOZKIR
<b>ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:</b>	-
<b>KARAR:</b>	Olumlu
<b>Prof. Dr. Saim ÖNCE</b> (Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)	
<b>Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ</b> (Başkan Yardımcısı -İkt. ve İdari Bil. Fak.)	<b>Prof. Dr. Fatime GÜNEŞ</b> (Edebiyat Fak.)
<b>Prof. Dr. Yıldız UZUNER</b> (Eğitim Fak.)	<b>Prof. Dr. İbrahim Cemil ULUKAN</b> (Açıköğretim Fak.)
<b>Prof. Dr. Mândan DEVECİ</b> (Eğitim Fak.)	<b>Prof. Dr. Erkan YÜKSEL</b> (İletişim Bil. Fak.)

## ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Erdi BOZKIR

Yabancı Dili : İngilizce

### Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2016-2021, Harekat Memuru, Çelebi Hava Servisi, Van Ferit Melen Havalimanı
- 2021- Halen, Araştırma Görevlisi, İstanbul Arel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Havacılık Yönetimi

### Yayımlar:

- 2022, Uluslararası Bildiri, Havacılıkta Risk Yönetimi Üzerine Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi, 6. Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi, Sivas.