

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**HAVA YOLU İŞLETMELERİNDE VERİLEN KABİN
HİZMETLERİ TEMEL EĞİTİMİNE İLİŞKİN
BEKLENEN VE ALGILANAN KALİTE DÜZEYİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan
Rana NARİNOĞLU

İstanbul, 2019

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**HAVA YOLU İŞLETMELERİNDE VERİLEN KABİN
HİZMETLERİ TEMEL EĞİTİMİNE İLİŞKİN
BEKLENEN VE ALGILANAN KALİTE DÜZEYİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan

Rana NARİNOĞLU

Öğrenci No:

150745091

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Gül Nihan GÜVEN YEŞİLDAĞ

İstanbul, 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Hava Yolu İşletmelerinde Verilen Kabin Hizmetleri Temel Eğitimine İlişkin Beklenen ve Algılanan Kalite Düzeyinin Karşılaştırılması: Türkiye Örneği” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 17/06/2019

Rana NARİNOĞLU



T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

17/06/2019

Enstitümüz *İşletme* Anabilim Dalı *İşletme Yönetimi* Programı yüksek lisans öğrencilerinden **150745091** numaralı **Rana NARİNOĞLU**'nun "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Hava Yolu İşletmelerinde Verilen Kabin Hizmetleri Temel Eğitimine İlişkin Beklenen Ve Algılanan Kalite Düzeylerinin Karşılaştırılması: Türkiye Örneği*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 28/05/2019 tarih ve 2019/22 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 29. maddesinin 3. fıkrası gereğince (6.5) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında *oyçokluğu/oybirliği* ile *Kabul/Red veya Düzeltme* kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Gül Nihan GÜVEN YEŞİLDAĞ
(Beykent Üniversitesi)



ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Dilaysu ÇINAR
(Beykent Üniversitesi)



ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Bülent İLHAN
(İstanbul Gelişim Üniversitesi)



Adı ve Soyadı : Rana NARİNOĞLU
Danışmanı :Dr. Öğr. Üyesi Gül Nihan GÜVEN YEŞİLDAĞ
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2019
Alanı : İşletme Yönetimi
Anahtar Kelimeler : Hava Yolu Yolcu Taşımacılığı, Kabin Hizmetleri Eğitimi, Hizmet Kalitesi

ÖZ

HAVA YOLU İŞLETMELERİNDE VERİLEN KABİN HİZMETLERİ TEMEL EĞİTİMİNE İLİŞKİN BEKLENEN VE ALGILANAN KALİTE DÜZEYİNİN KARŞILAŞTIRILMASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Ulaşım türleri arasında bulunan hava yolu taşımacılığı, teknoloji ile her gün gelişmekte ve uçuş ağını arttırmaktadır. Bireylere zaman kazandıran hava taşımacılığı, küreselleşen dünya ile rekabet edenlere olumlu bir katkı sağlar. Çalışanların hava taşımacılığındaki önemi gün geçtikçe artmaktadır. Kalifiye elemanlara sahip olmak havayolları için büyük önem taşımaktadır. Kabin memuru olmak isteyen bireyler pek çok özelliğe sahip olmak (güleryüz, temizlik, insan canlısı, dış görünüşüne önem vermek vb.) ve bu özellikleri doğrultusunda deneyim kazanabilmek için eğitim almak zorundadırlar.

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, hava yolu şirketlerinin eğitimini uluslararası standartlara uygun olarak tanımlamış ve sertifikalandırılmış kabin memurlarının ihtiyaçlarını dikkate almıştır. Hava yolu operasyonlarına ek olarak, meslek yüksekokullarında kabin memuru yetiştirilmesine karar verilmiştir. Bu çalışmada, hava yolu yolcu taşımacılığının önemli hizmet sürecini oluşturan kabin hizmetleri çalışanlarının aldıkları eğitimin beklenen ve algılanan kalite düzeyi karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımı ile 2018-2019 yılında eğitim gören kursiyerler üzerinde anket çalışması uygulanmıştır. Araştırma, yüz yüze anket uygulaması ile 404 kişi üzerinde yapılmış ve veriler SPSS 17 programında faktör analizine tabi tutulmuştur. Çalışmada 17 adet anket eksik veri sebebiyle çalışma dışında tutulmuştur. Çalışma sonucunda kursiyerlerin demografik özellikleri ile beklenen ve algılanan hizmet kalitesinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Name and Surname : Rana NARİNOĞLU
Supervisor : Dr. Lecturer Gül Nihan GÜVEN YEŞİLDAĞ
Degree and Date : Master, 2019
Major : Business Administration
Key Words : Airline Passenger Transportation, Cabin Services Training,
Service Quality

ABSTRACT

THE COMPARISON OF THE EXPECTED AND PERCEIVED QUALITY LEVEL OF THE CABIN SERVICES INITIAL TRAINING GIVEN IN AIRLINE COMPANIES: AN EXAMPLE OF TURKEY

Air transportation, which is among the transportation types, develops everyday with the technology and increases the flight network. Air transport, which saves people time, makes a positive contribution to the individuals who compete with the globalized world. The importance of employees in airtransportation is increasing day by day. Qualified staff is of great importance for airlines. Individuals who want to be a cabin officer have to have many features (smile, cleanliness, humanity, giving importance to the appearance of the outside etc.) and they have to receive training in order to gain experience in accordance with these features.

The General Directorate of Civil Aviation has taken into account the needs of certified cabin officers who have completed the training of airline companies in accordance with international standards. In addition to the airline operations, it was decided to train cabin attendants in vocational high schools. In this study, the expected and perceived quality level of the training received by the cabin services employees, which constitute the important service process of airline passenger transportation, has been tried to be compared. A questionnaire was applied to the trainees studying in 2018-2019 with the qualitative research approach. The research was conducted on 404 people with face-to-face questionnaire application and the data were subjected to factor analysis in SPSS 17 program. In the study, 17 questionnaires were excluded due to missing data. As a result of the study, it was determined that the demographic characteristics of the trainees and the expected and perceived service quality did not differ significantly.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	ii
İÇİNDEKİLER	iii
TABLolar LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
KISALTMALAR	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KALİTE VE KALİTE ALGISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1.1. Kalitenin Tanımı	4
1.1.1. Kalitenin Evrimi	5
1.1.2. Kalite Süreci Araçları	7
1.1.3. Kalitenin Boyutları	12
1.2. Kaliteden Algılanan Kaliteye Gelişim Süreci	13
1.2.1. Algılama Tanımı.....	13
1.2.2. Algılama Süreci.....	14
1.2.3. Algılanan Kalitenin Önemi.....	15
1.2.4. Algılama Kavramı ve Süreci	15
1.2.5. Kaliteyi Algılanan Kaliteye Dönüştürme Süreci	17
1.3. Algılanan Kalite ve Önemi.....	17
1.3.1. Algılanan Kaliteyi Etkileyen Unsurlar	18
1.3.1.1. Yüksek Kalite ve işaretçileri.....	19
1.4. Algılanan Kalite Boyutları	20
1.5. Algılanan Kaliteyi Yükseltme Çalışmaları	21

İKİNCİ BÖLÜM

SİVİL HAVACILIKTA KABİN HİZMETLERİ VE KABİN HİZMETLERİ EĞİTİMİ

2.1. Hava yolu İşletmeciliği Kavramı	22
2.2. Hava yolu İşletmeciliğinin Nitelikleri.....	26
2.2.1. Hizmet Arzı	26
2.2.2. Açık Sistem Niteliği	27

2.2.3. Ekonomik Gelişmelere Hazırlıklılık.....	27
2.3. Hava yolu İşletmeciliğinde Kabin Hizmetleri.....	27
2.3.1. Kokpit Personeli (Pilot).....	27
2.3.2.Kabin Ekibi Personeli.....	28
2.4. Kabin Hizmetleri Bileşenleri.....	29
2.4.1. Uçuş Öncesi Hizmetler.....	29
2.4.2. Uçuş Sırası Hizmetleri.....	30
2.4.3. Uçuş Sonrası Hizmetler.....	30
2.5. Kabin İçi Ürün Ve Hizmetler.....	31
2.5.1. First Class Yolcu Hizmetleri.....	32
2.5.2. Bussiness Class Yolcu Hizmetleri.....	32
2.5.3. Ekonomi Sınıfı Yolcu Hizmetleri.....	33
2.6. Kabin Memuru Kabin Hizmetleri Temel Eğitimi.....	33
2.6.1. Kabin Memuru Etik Davranış Biçimleri.....	33
2.6.2. Kabin Memuru Gerekliklikleri.....	34
2.6.3. Kabin Hizmetleri Eğitimi.....	35
2.6.3.1. Disiplin ve Sorumluluklar Eğitimi.....	35
2.6.3.2. Havacılık Terminolojisi Eğitimi.....	35
2.6.3.3. Havacılık Esasları ve Uçuş Fizyolojisi Eğitimi.....	36
2.6.3.4. Standart Operasyon Prosedürleri Eğitimi.....	36
2.6.3.5. Havacılık Güvenliği Eğitimi.....	37
2.6.3.6. Uçuş Emniyet ve Acil Durum Prosedürleri Eğitimi.....	37
2.6.3.7. Tehlikeli Madde Kuralları Eğitimi.....	38
2.6.3.8.Ekip Kaynak Yönetimi Eğitimi (EKY).....	38
2.6.3.9. Havacılık Tıbbi Konuları ve İlk Yardım Eğitimi.....	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Yöntem.....	40
3.1.1.Problem Durumu.....	40
3.1.2. Araştırmanın Amacı.....	42
3.1.3. Araştırmanın Önemi.....	42
3.1.4. Sınırlılıklar.....	42
3.2. Araştırma Güvenilirlik Çalışması.....	42
3.2.1. Geçerlilik Çalışmaları (Faktör Analizi).....	43

3.3. Bulgular.....	45
3.3.1. Kursiyerlere Yönelik Demografik Bulgular	45
3.3.2. Değişkenler Arası İlişkilerin İncelenmesi	49
3.3.2.1. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki.....	49
3.3.2.2. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki.....	50
3.3.2.3. Kursiyerlerin Yaşları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki.....	50
3.3.2.4. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	52
3.3.2.5. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	53
3.3.2.6. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	53
3.3.2.7. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki	54
3.3.2.8. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki.....	55
3.3.2.9. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki.....	56
SONUÇ	57
KAYNAKÇA.....	61
EKLER	68
ÖZGEÇMİŞ	75

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	42
Tablo 2. Geçerlilik Analizi Sonuçları	43
Tablo 3. Açıklanan Toplam Varyans Yüzdesi	43
Tablo 4. Araştırmaya Katılan Bireylerin Cinsiyetlerine İlişkin Dağılımlar.....	45
Tablo 5. Araştırmaya Katılan Bireylerin Yaşlarına İlişkin Dağılımlar	46
Tablo 6. Araştırmaya Katılan Bireylerin Medeni Durumlarına İlişkin Dağılımlar ..	46
Tablo 7. Araştırmaya Katılan Bireylerin Deneyim Durumlarına İlişkin Dağılımlar	46
Tablo 8. Araştırmaya Katılan Bireylerin Eğitim Durumlarına İlişkin Dağılımlar	47
Tablo 9. Beklenen ve Algılanan Hizmet Boyutları Dağılımları	47
Tablo 10. Beklenen Hizmet ve Algılanan Hizmet Arası Puanların Karşılaştırılması	48
Tablo 11. Servqual Ölçeği Beklenen ve Algılanan Hizmet Alt Boyutlarına İlişkin Ortalamalar	48
Tablo 12. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları	49
Tablo 13. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları	50
Tablo 14. Kursiyerlerin Yaşları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları	51
Tablo 15. Kursiyerlerin Yaşları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları	51
Tablo 16. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları	52
Tablo 17. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları	53
Tablo 18. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları	54
Tablo 19. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları	54
Tablo 20. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları	55
Tablo 21. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları	56

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. Müşteri ve Organizasyon Etkileşimi	9
Şekil 2: Alıcının Son Kullanıcıyı Kuruluşla Etkileşimde Temsil Etmesi	9
Şekil 3: Hem alıcı hemde kullanıcı erişim alanı.....	10
Şekil 4: 2003-2015 yılı uçak ve koltuk kapasitesi.....	23
Şekil 5: 2003- 2015 iç ve dış hat uçuş rakamları	24
Şekil 6: 2003-2015 yılları arası yolcu trafiği.....	25



KISALTMALAR

AED	: Avrupa Resüsitasyon Konseyi (European Resuscitation Council)
ATAG	: Hava Taşımacılığı Eylem Grubu
DGCA	: Fransız Havacılık Otoritesi (Direction Générale de l'aviation Civile)
DHMI	: Devlet Hava Meydanları İşletmesi
EASA	: European Aviation Safety Agency
ECAC	: Avrupa Sivil Havacılık Konferansı (European Civil Aviation Conference)
FFP	: Sık Uçan Yolcu Programları (Frequent Flyer Programs).
IATA	: Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (The International Air Transport Association)
ICAO	: Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (International Civil Aviation Organization)
ISO	: Uluslararası Kalite Standartları Birliği (International Organization for Standardization)
JAA	: Havacılık Otoriteleri Birliği (Joint Aviation Authorities)
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MSHGP	: Milli Sivil Havacılık Güvenlik Programı
SHGM	: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
THY	: Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı
TKY	: Toplam Kalite Yönetimi
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü

GİRİŞ

Hava taşımacılığı 1900'lerin başlarında ilk kez zeplin ile düzenli faaliyetlerinin başlamasından bu yana, ekonomik, kültürel ve sosyal boyutlarda çok önemli faydalar sağlamaktadır. Hava yolu taşımacılığı, bu özelliği nedeniyle dünya çapında, özellikle de kıtalararası taşımacılıkta en hızlı yoldur. Hava Taşımacılığı Eylem Grubu (ATAG) 2016 verilerine göre, uluslararası yolcuların% 54'ü tarafından hava taşımacılığı tercih edilmektedir.

Rekabet koşullarının artması ve müşteri beklentilerinin değiştirilmesi, hava yolu şirketlerini müşteri memnuniyetini artırmak için farklı önlemler almaya teşvik etmiştir. Bu nedenle havayollarının yolculara sunuldukları hizmetler uluslararası standartlarda incelendiklerinde değişkenlik göstermektedir.

Ulaştırma, ihtiyaca uygun olarak ekonomik yüklerin ve insanların zamandan fayda sağlayacak şekilde yerinden edilmesini sağlayan bir hizmettir. Hava taşımacılığını sağlamanın ve geliştirmenin en önemli yollarından biri, insanların ve malların (bavul, posta, kargo) bir havaalanından diğerine havadan taşınmasıdır.

Hava taşımacılığı, dünyadaki en önemli endüstrilerden biridir. Hava taşımacılığının, teknik ve hizmet başarıları, modern toplumlar için oldukça önemli bir gelişme olmuştur. İlk jet uçağı 1949'da uçtuğundan beri, ticari havacılık %70'den fazla büyüdü. Bu eşsiz büyüme, ekonomik ilerlemenin kilit bir unsuru olmuştur.

Bir hizmet sektörü olan hava yolu taşımacılığı, yedek parça ve catering ekipmanı üreticilerinin yanı sıra, sivil havacılık sektöründe faaliyet gösteren tüm kuruluşlar bu hizmet işletmesinin azalarıdır. Bu özelliği ile lojistik ve yolcu taşımacılığı hizmet paketi olarak, havacılık operasyonları, hizmet geliştirme, çeşitlendirme ve pazarlama faaliyetleri daha yoğun gerçekleşmektedir.

Hizmetin kalitesi, çeşitliliği ve maliyeti, faaliyetin devam etmesinin en önemli belirleyicileridir. Uçaklara bağlı olarak sivil havacılık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin diğer hizmetleri; uçak tipi, hız, gürültü, konfor, uçuş süresi ve uçuş ağı servis yoğunluğu veya mevcudiyeti, ulaşım noktaları, fiyat tarifeleri, kapasite,

güvenlik sorunları ve uçuş sırasında sunulan hizmetler bakımından birçok farklılık göstermektedir. Çok değişken bir yapıya sahip olan müşteri profili, sunulan hizmetin kalitesini artırmaktadır.

Sektörün serbestleşmesi ve küreselleşme trendinin etkisiyle, en güçlü ismin dayanabileceği pazar ortamında hizmet kalitesi, işletmeler için en etkili silah rolünü oynar ve rekabet avantajı sağlar. Tüm açık sistemlerin değişmez unsurlarından biri olan insan, sistemin başarısında en etkili role sahiptir. Personelin kalitesi, mal veya hizmet olarak ürünün kalitesinin önemli bir belirleyicisidir. Bunun nedeni, personelin işin gerektirdiği, iş hakkında doğru ve zamanında bilgiye sahip olması ve bu bilgileri uygulayabilmesidir. Sivil havacılık alanında çalışabilmek için ilgili kurumlardan ruhsat ve sertifika gibi belgeleri almak ve gerekli sürelerde yenilemek gerekir. Uçuş iştiraki hizmetleri, havalimanı konumu, doğrudan veya dolaylı olarak hizmet sunumunda yer alan memurlar ve sivil havacılık için bakım ve onarım ve destek hizmetleri de gerekli eğitimi almalıdır. Bu gereklilikler nedeniyle, eğitim harcamaları sivil havacılık işletmeleri ve kurumlarının bütçelerinde önemli bir paya sahiptir.

Hava yolu operasyonlarının hizmet sürecinde, kabin hizmetleri, uçak kabin özellikleri, kabin içi ürünler ve uçuş sırasında sunulan hizmetler başlığı altındaki ikramlar yolcuların fonksiyonel kalite algılarını etkileyen en önemli faktörlerdir. Yolcuların uçağa kabulü, uçağın kabininin konforu ve temizliği, uçağın içindeki eğlenceli teknolojik ürünler, uçağın sunduğu ikramlar ve son olarak etkileşim süreci yolcu ile uçakta bulunan personel müşteri memnuniyetini etkiler. Bu anlamda, hizmet sağlayıcı ile müşteri arasındaki etkileşime katkıda bulunan somut unsurlar ve hizmet sunumu ön plana çıkmaktadır. Bu etkileşimin niteliği ve müşteri tarafından somut özelliklerin algılanması hizmet kalitesi algısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Yolcu hizmetini uluslararası standartlarda sağlamak, hizmet kalitesini korumak ve kabinin emniyet ve güvenliğini sağlamak için; temel eğitimlerini başarıyla tamamlamış ve sertifikalandırılmış kabin görevlisi üyelerini işe alma zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, hava yolu şirketleri hızla büyüyen havacılık endüstrisinin taleplerine yanıt olarak yetersizdir ve kabin işletmecisinin uçuş operasyonunun gerektirdiği oranda eğitimi konusunda gecikmektedir. Bu doğrultuda

kabin memurunun sektördeki talebini en kısa sürede karşılamak için meslek okullarında kabin personelinin yetiştirilmesi adına Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Eğitim Programları açılarak nitelikli memur eğitime başlanmıştır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kalite kavramı gelişimi, alt boyutları ve bileşenleri ile birlikte detaylı olarak açıklandıktan sonra kaliteyi algılanan kaliteye dönüştürme süreci incelenecektir. İkinci bölümde ise sivil havacılık kavramı üzerinde durularak sivil havacılıkta kabin memuru eğitiminin özellikleri ve eğitim süreci, ilgili literatür doğrultusunda incelenecektir. Son bölümde ise kabin hizmetleri eğitimi alan bireylere uygulanan araştırma bulguları analiz edilecek ve yorumlanacaktır. Bu araştırma, Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Temel Eğitim Programı, uygulamadaki sorunlar ve kursiyerlerin eğitimi hakkında güncel bilgileri içermektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KALİTE VE KALİTE ALGISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1.1. Kalitenin Tanımı

Kaliteyi mükemmellik olarak tanımlamanın sınırları göz önüne alındığında, Leffler (1982), kalitenin belirli bir özelliğin varlığına veya yokluğuna dayandığını, ürüne dayalı bir yaklaşım olarak nitelendirdiği ölçülebilir (güvenilir) bir kalite tanımının varlığını öne sürmüştür. Bir özellik isteniyorsa, tanıma göre bu özelliğin daha büyük miktarları ürünü daha yüksek kalitede bir etiket olarak göstereceklerdir. Ancak Leffler'in (1982) kalite tanımı, Routio'nun (2009) kriterlerine göre iki nedenden dolayı geçersizdir. İlk olarak, bu tanımın altındaki kalite, özellikle yüksek derecede insan teması söz konusu olduğunda hizmetler için uygun olmama olasılığı vardır (Reeves ve Bednar, 1995). İkincisi, Leffler'in (1982) tanımına göre, kalite ancak daha yüksek bir maliyetle elde edilebilirdi. Çünkü kalite, bir ürünün içerdiği arzu edilen özelliklerin miktarını yansıtmaktadır ve bu özellikleri üretmenin pahalı olacağına inanıldığından, kaliteli malların daha pahalı olacağı düşünülmektedir (Garvin, 1984). Ancak Ishikawa ve Lu (1985) kalitenin kabul edilebilir bir fiyatla (değer temelli bir yaklaşım) elde edilebileceğini savunmuşlardır. Bu nedenle, kalitenin tanımlanmasına yönelik ürün temelli yaklaşım, kalitenin tam bir tanımı değildir. Başka bir deyişle, Routio'nun (2009) kriterlerine göre geçerli değildir (tanım, kavramla eşleşmemektedir). Aynı derecede önemli olan, bazı kalite tanımlarının, Uluslararası Standardizasyon Örgütü'nün (ISO 9000: 2005), Ryall ve Kruithof'un (2001) kalite tanımları gibi, menfaat sahipleri yerine, ilgili taraflar terimini kullandığını belirtmekte fayda vardır. İlgilenen taraflar “bir kurumun performansına veya başarısına ilgi duyan bir kişi veya grup” olarak tanımlanmaktadır (ISO 9000 2005: 17)

Bu anlamda kalitenin anlamı gelire yöneliktir. Bu kadar yüksek kalitenin amacı daha fazla müşteri memnuniyeti sağlamak ve gelirin artmasını ummaktır. Bununla birlikte, daha fazla ve / veya daha iyi kalitede özellikler sağlamak genellikle bir yatırım gerektirir ve bu nedenle genellikle maliyetlerde bir artış gerektirir.

İşletmelerde kalitenin ne olduğunu tanımlamanın birçok yolu vardır. Nitelden nicel perspektife, insanlar onu farklı görmektedir. Ancak teknik açıdan kalite birçok şekilde tanımlanabilir. Üretim açısından bakıldığında, kalite atanmış olan gereksinimlerin yerine getirilmesidir. Ancak, müşteri bakış açısına göre, onların beklentilerine göre ürün ya da hizmetin performansını belirleyen ve ihtiyacı yatıştırması gereken bir standarttır. En dikkat çekici kalite yönetim yazarı Phil B. Crosby, “Kalite Ücretsizdir” (1979) adlı kitabında, kaliteyi “gereksinimlere uygunluk” olarak görür ve gerek üreticiden hem de müşteriden geldiğini öne sürer. Kalite Crosby'e göre aşağıdaki gibi açıklanabilir:

$$Q = \frac{C}{R}$$

Q = Kalite

C = Uygunluk

R = Gereksinimler

Bu nicelemenin anlamı, bir ürün veya hizmet kalitesinin gereksinimler veya beklentiden daha iyi veya daha kötü çalışabileceği olarak anlaşılabilir. Bir ürün veya hizmet 1'den büyük bir puan aldıysa, ürün veya hizmet kalitesinin kabul edilebilir olduğunu belirtir. Bu, kalite dünyasını araştırmak için temelimiz olabilecek niteliğe sahiptir. Kalite kavramını ve gerçek etkisini yönetme biçimimizi nasıl etkileyebileceğini tam olarak anlamak için, zamanın başlangıcından bu güne kadar yönetsel kaliteye yaklaşıma bakmak yararlı olacaktır(Campanella1999:22).

1.1.1. Kalitenin Evrimi

Kalite kelimesinin evrimi, insanlık tarihi boyunca muazzam olmuştur. İş ve imalat endüstrilerinin düşündükleri ve davrandıkları şekilde devrim yaratır. İşletmenin maliyet-kar denkleminde bir sürükleyici güç olarak kabul edildiğinden, kalite şimdi katma değer bir fırsat olarak kabul edilir. Fakat bu geçişlerin arkasındaki hikâye nedir?

Kalite kelimesinin kökeni, Eski Fransız “niteliği” ve Latince “nitelikleri”nden gelen ve bir nesnenin doğasını vurgulayan “ne tür” anlamına gelen 13. Yüzyıl'a kadar izlenebilir. Dolayısıyla, kalite bir özellik, özerklik veya bir şeyin özelliği olarak anlaşılabilir. İngilizce'ye girişinden bu yana, kelime asla gelişmeyi bırakmadı ve evrimi de beraberinde getirdi, gittikçe daha fazla anlam kazandı. İş dünyasında kalite terimi, loncaların bulunduğu orta çağ Avrupa'sında 13. Yüzyılda geri çevrilir. O sırada kalitenin kullanımı temel olarak ürün incelemesinde uyulması gereken bir standardın oluşturulmasıdır. Lonca, kaliteli ürünler yapmak için aynı yönergeyi takip eden bir zanaatkârlar birliğidir. Bu ürünler piyasada bulunmadan önce bireysel olarak kontrol edilecektir. Bir ürün yeterince iyi görülmezse, kaldırılacak veya imha edilecektir. Loncadan gelen, çalışanlarının işçiliğini ve lonca ününü temsil eden ürünü işaretlemek için genellikle işaretler veya semboller vardır. 19. yüzyıl, sanayileşme büyümeye başladığında, üretimin merkezileştiği ve ölçeğinin büyüdüğü, endüstriyel işlerde kalite kontrol aracının kullanılmasının başlangıcını işaret ediyordu. Endüstri devrimi, erken aşamada Fordizm ve Taylorizmin uygulanmasıyla aynı kalitede üretilen ürünlerin yapılmasını gerektirir, nihai malların kusursuz olduğunu garanti etmek zordur, çünkü insan hatası hâlâ büyük bir sorun olmuştur. Bu aynı zamanda Ortaçağ boyunca kullanılan, her bir ürünü kontrol eden eski yöntemin çok fazla zaman harcandığı için yetersiz olduğunu kanıtlamıştır(Campanella 1999: 29). Üreticiler ayrıca ürünlerinin kalitesinin satış sayılarını nasıl etkileyebileceği konusunda farkındalık kazanmaya başlar. Bu nedenle, kalifiye olmayan herhangi bir ürün olup olmadığını tespit etmek için denetim sisteminin kullanıldığı yeni bir yöntem olan toplu denetim uygulanmıştır. Bu ürünler daha sonra gereksinimleri gidermek için elden geçirilir, aksi takdirde kaldırılır.

1931'de, aynı zamanda bilimsel yönetim olarak da bilinen ilk Taylorizm biçimine dayanarak, Walter A. Shewhart, kaliteyi kontrol etmek için istatistik kullanmayı ilk düşünen kişi oldu. Çalışmalarına 1920'lerin ortasından başlayarak, Bell Laboratories'den gelen istatistikçi, “aynı ürün çeşidi kendi aralarında farklıdır, başka bir deyişle bir ürünün kalitesinin değişmesi beklenir” savını ortaya attı. Bu kavram tamamen yeniydi çünkü o zamandan önce kalite ancak ürün bittikten sonra değerlendiriliyordu ve kaliteyi kontrol etmek için matematiksel analiz uygulamak yenilikçi bir yaklaşımdı. Shewhart, hemen hemen her şeyde istatistiksel bir dağılım

olduğunu ve bunları gözlemleyerek değişkeni tanımlamanın ve kaliteyi dengelemenin mümkün olacağına dikkat çekti. Ürünün değişkenliklerini kontrol etmek için istatistiksel süreç kontrol şeması (SPC Şeması) adı verilen bir kalite kontrol aracı oluşturmuştur(Campanella 1999: 25). Bu onaylama, kalite kontrolünün kabul seviyesini belirten kriterler belirleyen bir platformdur.

1950'ler, kalite kavramının kontrol edilmekten garantili olmaya evrildiği yeni bir kalite çağının başlangıcını işaretler. Bahsedildiği gibi, o zamanki kalite görüşü fabrika seviyesine kadar daraltıldı ve bölümler arasında hiçbir iletişim ya da eşgüdüm yoktu. Kalite kontrol süreci sadece çalışma alanında gerçekleşirdi. Kalite kontrol süreci kusurları bulmaya çalışırdı, bu da reaktif bir süreç olduğu anlamına gelmektedir (Evans&Lindsay 1999: 422).

1970'lerin sonlarından 1980'lerin başlarına kadar, kalite proaktif bir şekilde ele alınıyor ve kaliteye ulaşma genel düşüncesi her zaman bir maliyetle birlikte geliyordu. Tüm dönemlerden gelen katkılarla, Stratejik Kalite Yönetimi dönemi, ürün odağından müşteri odağına kaymış ve kaliteyi rekabetçi bir avantaj haline getirmiştir. Toplam Kalite Kontrolü, önceki tüm kalite unsurlarını tamamen yeni bir paradigmaya dâhil ettikten sonra, Toplam Üretken Bakım olarak da bilinen Toplam Kalite Yönetimi'ne dönüştü. Sorumluluk hala herkesin omzunda yatıyor, ancak süreç kontrolü yönetime dönüştürdü(Evans&Lindsay 1999: 425). Bu evrim, yönetimler kar ve kalite arasındaki bağlantıyı fark etmeye başladığında ortaya çıkmaya başlamıştır.

1.1.2. Kalite Süreci Araçları

Bir ürün veya hizmetin kalitesi, onu oluşturmak için kullanılan işlemin kalitesine bağlıdır. Sonuç olarak, bir kalite tanımı geliştirmemizi sağlayan bir süreç tanımı kurmamız gerekir. Kalite çerçevesinin temeli, kapsamlı bir kalite tanımı sağlamaya dayanır. Bu nedenle kalitenin tanımlanması için bir temel oluşturmak ve kalite çerçevesinin temelini oluşturmak için aşağıdaki terimleri ve tanımları incelemekte fayda vardır (Mentzer vd. 2001: 4).

Nesne (Varlık) :Bu teknik notta, kalitenin uygulanabileceği nesnelerin türü aşağıdaki gibidir;

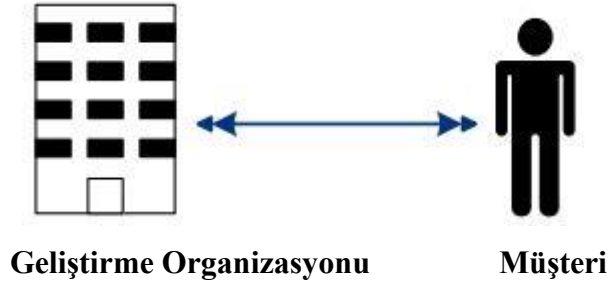
- Ürün
- Süreç
- Hizmet
- Kaynak
- Aktivite
- Ölçü veya metrik
- Çevre
- Varlıkların veya nesnelerin toplanması

Bir ürünün kendisi donanım, yazılım, dokümantasyon veya bunların bir kombinasyonunu içerebilir; ayrıca bir servis tanımına dâhil olduğu da unutulmamalıdır. Buna göre, tartışma ürünlere odaklansa da, aynı prensiplerin bir hizmete veya nesne tanımımıza dâhil olan herhangi bir şeye eşit derecede geçerli olduğunu hatırlamak önemlidir.

Süreç: Bir ürün veya hizmetin kalitesi, onu oluşturmak için kullanılan işlemin kalitesine bağlıdır. Bir ürünün kalitesini meydana getirebilmek için bir sürece ihtiyacımız vardır. Bu süreç doğru planlama ile doğru gelişim ve doğru sonuçla orantılıdır. Sürecin başarısızlığı kaliteyi oluşturmaz. Bu sebeple doğru organizasyona ihtiyaç vardır.

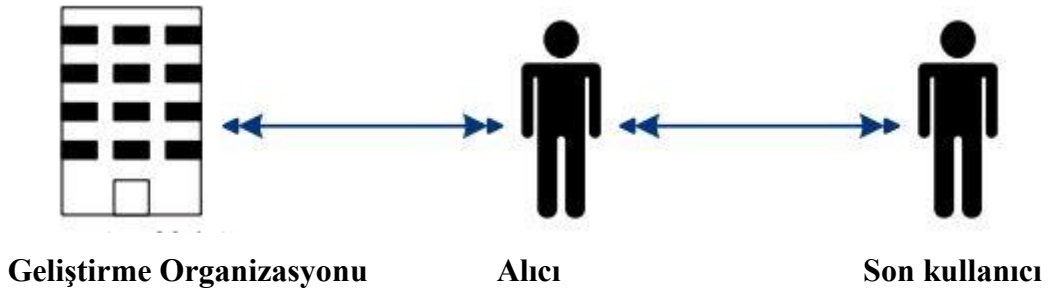
Gereksinim: Kalite unsurlarını karakterize ederken, bir gereksinim tanımına da ihtiyaç vardır. Bir gereksinimin çeşitli tanımları vardır. Ekibin ihtiyacı üründe somut bir şekilde uygulamasına izin veren bir ihtiyacı karakterize etmenin bir yoludur (Krishna vd. 2010: 2). Örneğin bir hava yolu şirketi olan bir kullanıcı, yüksek yakıt ekonomisi ile kesintisiz olarak 10.000 mil kadar 600 yolcu uçabilen bir uçağa ihtiyaç duyabilir. Uçağı gerçekten geliştirmek için, ihtiyacın daha spesifik karakteristikleri belirtilmelidir. Dikkat olarak, tartışılan veya belirtilen gerekliliklerin türünü anlamamız gerekir. Örneğin, sabit düzenlemelerde gereklilikler olabilir ve bir sözleşme hükmü, uygulanabilir bir standart veya şartname veya başka bir sözleşme belgesi olarak yorumlanabilir.

Kullanıcı: Amaçlarımız için, kullanıcıyı müşteri veya son kullanıcı olarak tanımlarız. Tipik olarak, bir geliştirme veya bakım çabasında üç çeşit durumla karşılaşılabilir. İlk durumda, Şekil 1, müşteri (iç veya dış) ve son kullanıcı bir ve aynıdır.



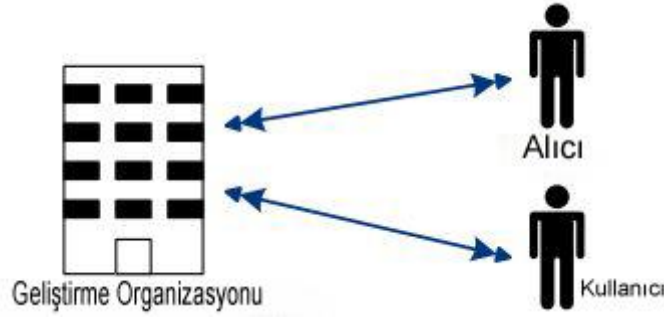
Şekil 1. Müşteri ve Organizasyon Etkileşimi

İkinci durumda, Şekil 2, son kullanıcı bir alıcı tarafından temsil edilir ve müşteri organizasyonu ile tüm temas alıcı tarafından yapılır. Bu durumda, alıcı kullanıcıyı temsil eder. Dolayısıyla alıcı tarafından sunulan yüz hem alıcı hem de kullanıcıdır.



Şekil 2: Alıcının Son Kullanıcıyı Kuruluşla Etkileşimde Temsil Etmesi

Üçüncü durum, Şekil 3., hem alıcının hem de kullanıcı topluluğunun erişebileceği alandır.



Şekil 3: Hem alıcı hem de kullanıcı erişim alanı

Bu üç kullanıcı durumuyla ilgili düşünceler, çerçevenin ilk şartı olan Gereksinimleri belirlemeyi tartıştığımızda öne çıkarmaktadır. Paydaş ihtiyaçları, beklentileri, kısıtlamaları ve kısıtlamaları açıkça tanımlanması ve anlaşılması gerektiğinden, bu amaca ulaşmak için proje ömrü boyunca yinelemeli bir süreç kullanılmaktadır. Gerekli etkileşimi kolaylaştırmak için, son kullanıcı veya müşteri için bir vekil sık sık ihtiyaçlarını karşılayacak ve çatışmaları çözmede yardımcı olacaktır. Kuruluşun müşteri ilişkileri veya pazarlama bölümünün yanı sıra, insan mühendisliği veya destek gibi disiplinlerden gelen geliştirme ekibinin üyeleri de vekil olarak kullanılabilir(Krishna vd. 2010:3).

Değerlendirme: Aşağıda tartıştığımız çerçevenin bir parçası olarak, değerlendirme kavramı ve tanımı, özellikle de ürün kalitesi değerlendirmesinde önemlidir. Gereksinimlerde olduğu gibi değerlendirme çeşitlidir. Değerlendirmeyi kalite ve çerçeve bağlamına yerleştirmek için değerlendirme şu şekilde tanımlanır:

Değerlendirme, gereksinimlerin memnuniyetini belirleme süreci olarak tanımlanır(Cooper 2002).

Değerlendirme, ürünlerin kalitesini değerlendirmek ve ürünlerin kalitesini etkileyen ilgili dokümantasyonu, işlemleri ve etkinlikleri değerlendirmek için “bir süreç” olarak tanımlanır(Kenett 1999).

Her iki tanımlamaya göre, değerlendirmeler analizler, denetimler, incelemeler ve testler gibi yöntemleri içerebilir. Bu bağlamda değerlendirme ürün veya hizmet geliştirme, hizmet verme, dokümantasyon oluşturma, bir işlem oluşturma veya

bir işlemten kaynaklanan herhangi bir ürün veya iş ürününe uygulanabilir. Bu teknik notta kalitenin değerdendirilmesi, özellikle de süreç ve ürün kalitesinin belirlenmesi ile ilgileniyoruz(Schilling2013:35).

Ölçme ve ölçüm: Yukarıda tartışılan değerdendirmenin bir parçası olarak, Genişletilmiş Kalite Kavramsal Çerçevesine süreçlerin ve ürünlerin kalitesini ölçme yeteneğini dâhil etmemiz gerekir ve bir maddenin kalitesine gerçek nicel değerler atayabilir.

Cooper, bu amaçla, ölçme ve ölçüm kavramlarını şu şekilde tanımlar:

"Ölçme, bir standardın karşılaştırarak bir şeyin özelliklerini veya özelliklerini (kapsamı, boyutu, miktarı, kapasitesi ve kabiliyeti) tespit etmektir."

"Ölçüm bir şeyin boyutu, kapasitesi veya miktarıdır" (örneğin, 300 kaynak kod satırı veya tasarımın yedi belge sayfası) (Cooper 2002).

Ölçme ve ölçme için diğer tanımlar benzer anlamları taşıyan ancak tanımları tersine çeviren varlıklardır. Diğer bir deyişle, ölçme ve ölçme terimleri fiiller ve isimler olarak kullanılabildiğinden, topluluk bunları birbirinin yerine kullanma eğilimindedir. Örneğin, Fenton ölçümü, gerçek dünyadaki varlıkların özelliklerine sayıların veya simgelerin atandığı, nitelikleri açıkça tanımlanmış kurallarla nitelendirebilecek şekilde tanımlar (Fenton 1995).

Ölçme ve ölçme için diğer tanımlar benzer anlamları taşıyan ancak tanımları tersine çeviren varlıklardır.

Diğer bir deyişle, ölçme ve ölçme terimleri fiiller ve isimler olarak kullanılabildiğinden, topluluk bunları birbirinin yerine kullanma eğilimindedir. Örneğin, Fenton ölçümü, gerçek dünyadaki varlıkların özelliklerine sayıların veya simgelerin atandığı, nitelikleri açıkça tanımlanmış kurallarla nitelendirebilecek şekilde tanımlar (Fenton 1995).

Performans: Bir işletmenin, işin yürütülmesinde veya işlevin uygulanmasındaki belirli kısıtlamalar dâhilinde belirtilen şartları yerine getirme

derecesi olarak tanımlanabilir. Bir yana, proje performansı tipik olarak, geliştirilmekte olan işletmenin maliyet, program ve kalitesinin boyutlarında, örneğin bir yazılım geliştirme projesinde tanımlanır. Bu boyutlar yukarıdaki performans tanımında belirtilen gerekliliklerdir.

1.1.3. Kalitenin Boyutları

Garvin, kalitenin sekiz boyutundan bahsetmektedir (Garvin 1988: 31).

Performans: Hizmet işletmelerinde performans hızlı ve kusursuz hizmet demektir.

Özel özellikler: Ürünün temel işlevsel özelliklerini tamamlayan boyut olarak tanımlanır. Örneğin, bir hava yolu şirketinin yolculuk sırasında sunduğu ücretsiz içecekler kalitenin özelliklerini oluşturur.

Güvenilirlik: Bu boyut, üründe belirli bir süre içinde meydana gelen arıza olasılığını yansıtır. Ürünlerin satın alımın tamamında aynı performansı göstermesi güvenilirliktir.

Uygunluk: Uygunluk, ürünün tasarım ve işlevsel özelliklerinin bir dizi standarda uygun olduğu anlamına gelir. Uygunluk, ürünün teknik kalitesi ile ilgili bir kavramdır ve teknik kalite yöneticilerine bilgi sağlar.

Dayanıklılık: Dayanıklılık, ürün bozuluncaya veya tüketiciler yeni ürün alana kadar en kısa sürede kullanılan ürün miktarı olarak tanımlanabilir. Bir ürünün ekonomik uzunluğu, ürünün dayanıklı olduğu anlamına gelir.

Hizmet: Kalitenin bir başka boyutu da hizmet verme yeteneğidir. Satış sonrası servislerin hızı ve onarım kolaylığı kalitenin servis boyutunu oluşturur.

Stil ve Tasarım: Ürünün stili ve tasarımı, ürünün görünümü, estetiği, tüketicinin hissi, kokusu ve tadı ile ilgilidir. Kalitenin bu boyutu kişisel tercihleri yansıttığı için öznedir.

Algılanan Kalite: Algılanan kalite, üretilen ürünlerin kalitesinin, tüketicilerin kalitesi nedeniyle algılanan kalite olduğu anlamına gelir. Garvin'e göre, ürün kalitesi, ürünlerin tüketicilerin gereksinimlerini karşılayabilme kapasitesidir.

1.2. Kaliteden Algılanan Kaliteye Gelişim Süreci

Kalite kavramı, gerçek kalite ve algılanan kalite olarak ikiye ayrılır; bu, bir ürünün gereklilikleri ve gereksinimlerini gerçek kalite ile karşılama derecesini ifade etmektedir. Bu da kurulan ilişkilerde tasarım, üretim, dağıtım ve şartnamelere uyumu ifade etmektedir (Tosun, 2008).

Zeithaml (1988), tüketicilerin bir ürünün mükemmelliği veya üstünlüğü konusundaki yargılaması olarak algılanan kalite kavramını ve algılanan kalitenin dört yönünü açıklamıştır.

Algılanan kalite;

- Objektif veya gerçek kaliteden farklıdır.
- Belirli birtakım özellikten çok, ilk bakışta bir ürünün kalitesidir.
- Global bir değerlendirmedir ve bazı durumlarda kaliteyle eşdeğer bir özelliktir.
- Genel olarak, tüketicide uyanan ilk görüştür.

Aaker'a (1991) göre, algılanan ürün kalitesi, diğer alternatiflere kıyasla, ürünün amacı ile ilgili mal veya hizmetlerin algılanan üstünlüğünü ifade etmektedir.

Bununla birlikte, algılanan kalite memnuniyet ve tutumdan farklıdır. Çünkü ürün performansı konusunda beklentileri düşük olan tüketici yüksek kalite ile tatmin edici olabilmektedir(Erdil ve Uzun, 2009).

1.2.1. Algılama Tanımı

Algıyı duyuşal bilgi olarak algıladığımızda, beş duyu organımız aracılığıyla duyu, tatma, görme, koklama, dokunma duyularıyla dış dünyadan bilgi elde etmeyi amaçlarız (Saydam 2005: 69). Burada algılama, deneysel ve zihinsel algı olarak iki

biçimde ortaya çıkmaktadır. Deneysel algılar görme, dokunma, duyma, tatma ve koklama ile algılanır; zihinsel algılar, altıncı hislerimizle, yani bir konu hakkındaki mevcut fikirlerimizle algılanır (McDonough 1998: 1).

1.2.2. Algılama Süreci

Algı, dünyanın, insanların, nesnelerin, kokuların, seslerin, hareketlerin, zevklerin ve renklerin gözlemine ifade etmektedir (Odabaşı ve Barış 2003:128). Algılama, insanların kendileri için algı eşliğindeki uyaranlara anlamlı yorumlamaları tanımlaması olarak açıklanabilir. Bir başka deyişle, algı, insanların çevrelerini beş duyu ile anlamaya çalıştıkları süreçtir (Karafakoğlu1998:73).

Sensörler algının temelidir. İnsanlar sürekli olarak çevrelerini incelemek, tanımak, öğrenmek ve anlamak için algı mekanizmaları açık durumdadır. Duyu organları bilgi algılayıcıları olarak çalışır; çevreyi tanımak, anlamak ve öğrenmek için bilgi toplar.

İnsanların davranışları ve kalıpları, çevrelerini nasıl, nerede, ne zaman ve nasıl algıladıkları, nasıl öğrendikleri ve tutumlarını nasıl geliştirdikleri ile yakından ilişkilidir (Koç 2007: 66). Algılayabilmek için, maruz kalma, dikkat ve yorumlama gereklidir. Algı süreci ile çevre etrafındaki uyaranlara anlam kazandırır (Mucuk 2001: 73). Algıdaki duyu organlarına gelen yeni bilgiler, beyindeki eski bilgilerle karşılaştırılır. Bu nedenle, önceki deneyimlerin algıdaki etkileri büyüktür. Algılama sürecinde ilk grup görüntüyle, sesle, kokuyla, tatla ve dokunuşla uyaranlardan oluşmaktadır(Odabaşı ve Barış 2003:129).

Yatırımcıların sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri farklı ihtiyaçları, istekleri, tutumları ve beklentileri nedeniyle farklı algılara sahiptir. Tüketicilerin farklı algılarını bilmek, pazarlama stratejilerini belirlemenin yanı sıra pazarlama stratejilerini anlamada da önemlidir (Okumuş 2003). Maruz kalma uyarıcıların duyu organları uyarıcılar tarafından aktive edildiğinde meydana gelmektedir (Hanna ve Wozniak 2001: 104).

1.2.3. Algılanan Kalitenin Önemi

Yarım asırdan beri algılanan kalitenin aranmasında muazzam miktarda pazarlama araştırması yapılmıştır. Her ne kadar bu bulgular belirli şüpheler hakkında açıklama ve anlayış bulan temel araştırmalar olsa da (Aronson, Wilson ve Akert 2013), pazarlama araştırması alanında daha çok çözüm arayışı gibi uygulamalı araştırmalara odaklandığından çağdaş veya gelecekteki uygulamalara katkıda bulunmasında da fayda vardır.

1.2.4. Algılama Kavramı ve Süreci

Algı; insanların çevreden gelen uyarıcıları kendileri için anlamlı yorumlamalarıdır. Başka bir deyişle, tespit; çevrelerini beş duyu ile anlamaya çalışan bir süreçtir (Karafakioğlu 1998).

Olsen (2002), algılanan kaliteyi performans karakteristiğinin veya güveninin bir ifadesi olarak tanımlamış ve ölçmüştür (Darsono ve Junaedi 2006: 326).

Parasuraman (1988), algılanan kaliteyi davranışsal yönelim veya hizmet üstünlüğünde evrensel bir karar olarak tanımlamaktadır (Zulganef 2006: 304).Koukhar (1976), kalite kavramının tüm modern işletmeleri büyük ilgi alanı olarak ilgilendirdiğini, ancak kalitenin göreceli bir kavram olduğu ve algılara göre değiştiği için tanımlamanın ve açıklamanın zor olduğunu savunmaktadır. Ayrıca, kalitenin işletmelere karşı çözülmesinin zor bir sorun olmasının nedenlerine dayanmaktadır (Kutlu 2007: 249):

- Son derece hızlı bilimsel ve teknolojik gelişme, bu da ürünlerin daha karmaşık olduğu ve teknoloji ve performans açısından ürünlere daha fazla talep olduğu anlamına gelmektedir.
- Modern ekipman, makine ve otomatik işlem kullanımı sonucunda üretim sürecinin karmaşıklığının artmasıdır.
- Küreselleşme, küresel rekabet ve uzmanlıktır.
- Onları giderek artan bir şekilde müşterilerin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda tatmin etmek önemli bir durum yaratmaktadır.

EfAlford ve Sherrel (1996), McDougall ve Levesque (2000), Jones ve Suh (2000), Eggert ve Ulaga (2002), algılanan kalite, toplam memnuniyet ve bağlılık arasında sıralı bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. (Zulganef, 2006 302).

Oliver (1993), Price ve diğ. (1995) ve Mattila (2001) algılanan kalitenin toplam memnuniyeti olumlu veya olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Hellier (2002) algılanan kalitenin dolaylı memnuniyeti etkilediğini öne sürmektedir.

Yu (2005: 707-708), ürün ve hizmetlerin kalitesinin, benzer müşterilerden dolayı giderek daha fazla itaatsizlikten yoksun kalma, satın alma davranışını arttırdığını öne sürmektedir. Alford ve Sherrel (1996), algılanan kalite ile geri alım arasında değişken bir yapı olduğunu öne sürmektedir (Zulganef 2006: 308). Moliner ve diğ. (2007) çalışmalarında, müşteriler ve satıcılar arasındaki algılanan ilişki kalitesinin müşteriler için bir değer yarattığını öne sürmektedir. Öte yandan, literatürde algılanan kalitenin memnuniyet üzerindeki etkileri konusunda birçok görüş vardır.

Selnes (1993), algılanan kalitenin memnuniyet ve marka onuru ve memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu öne sürmektedir. Sandvik ve Duhan (1996), algılanan kalite ve görüntünün memnuniyet ve sadakat üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Andressan ve Lindestad'a (1998) göre algılanan kalite hem algılanan değeri hem de memnuniyeti olumlu yönde etkiler; algılanan değer ve kurumsal imaj olumlu yönde etkilenir. Memnuniyet ve kurumsal imaj da sadakati olumlu yönde etkiler. Nguyen ve Leblanc (1998), hem memnuniyetin hem de algılanan kalitenin, kurumsal imajı dolaylı olarak etkilediğini öne sürmektedir. Blomer ve diğ. (1998), görüntünün algılanan kalitesinin hem memnuniyetin algılanan kalitesinin hem de kalite üzerinde olumlu bir etkiye sebep olan bağlılık üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu; ayrıca memnuniyetin de sadakati olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Seto (2003), güvenin algılanan kaliteyi, memnuniyeti, kurumsal imajı ve sadakati olumlu yönde etkilediğini ve kurumsal imajın memnuniyeti etkileyerek algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilediğini savunmaktadır.

Tanımlar söz konusu olduğunda, genel olarak kabul edilmiş bir tanım olmadığı görülmektedir. Ancak, tüm tanımlarda, kalitenin müşteri ihtiyaç ve taleplerini karşılama düzeyi olduğu veya sağlamlık ve mükemmellik olduğu vurgulanmaktadır.

Müşterilerin ihtiyaçları ve talepleri farklılık göstermektedir. Bir ürün veya hizmet müşterinin zevkine uygunsa, kalite sonuçlandırılabilir. Bu açıdan kalite kararının müşteriye göre değiştiğini veya karar verenin müşteri olduğunu söylemek yanlış olmamaktadır.

Algılanan kalitenin müşteri memnuniyetine de etkisi vardır. Memnun müşteriler genellikle beklentileri karşılanmış müşterilerdir. Müşterilerin değerlendirdiği faktörlerden biri kalitedir ve kaliteye ilişkin olumlu ya da olumsuz düşünceler, izlenimin memnuniyetini olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Müşterilerin kalite anlayışı ile ilgili gerçekler sadece mükemmel ürünlerle elde edilememektedir; Ürünün teknik üstünlüğü ile sunum şekli de aynı derecede önem taşımaktadır. Kaliteyi sağlamak, yalnızca ürün ve hizmet kalitesinin üstünlüğünü birleştirerek mümkün kılınabilmektedir.

1.2.5. Kaliteyi Algılanan Kaliteye Dönüştürme Süreci

Algılanan kaliteye yönelik ilk adım, yüksek kalite seviyeleri sağlama kapasitesinin geliştirilmesidir. Objektif bakış kalitesinin artırılması algılanan kaliteyi artıracaktır. Bu nedenle, konunun kalitesini yükseltmek için gerekenler de söz konusudur. Yüksek kalitede sunum içeriğe bağlı olacaktır. Daha sonra yüksek kalite algılanan kaliteye dönüştürülmelidir.

1.3. Algılanan Kalite ve Önemi

Tüketici tarafına baktığımızda, algılanan kaliteyi tüketicinin bir markanın mükemmelliği konusundaki yargısı olarak tanımlayabiliriz (Zeithaml 1998: 3).

Bu soyut kavram ve marka hakkındaki düşüncelerin toplamından kaynaklanan bir olgudur. Aaker (1991) tanımına göre; Algılanan kalite, bir ürünün veya hizmetin genel amacına veya mükemmelliğine alternatifleri doğrultusunda amaçlarına bağlı olarak müşterinin algısıdır. Oybirliğindeki rakamlara rağmen, ürünü değiştiren algıları etkilemek yeterli değildir (Aaker, 1991: 85). Algılanan kalite, objektif kaliteden farklıdır; bir tutumdur, ancak memnuniyetle ilgilidir ve performans algıları ile beklentiler arasındaki ilişkinin sonucudur. Nesnel kaliteye karşı algılanan kalite: kaliteyi müşterilerden, pazarlamacılardan ve araştırmacılardan farklı olarak

tanımlamaktadır. Pazarlamacılar ve araştırmacılar kavramsal ve nesnel kalite alırken, müşteriler öznel değerlendirmelerde bulunurlar (Parasuraman, Zeithaml, Berry1988:15). Tüketici olarak kalite kavramına odaklanan tüm bu tanımlar günümüzün önemini kazanmıştır. Tüketici hâkim bir pazar yapısında, tüketicinin kalitesini belirlemek kadar kalite normal olamaz. Algılanan kalite, güçlü finansal performansla da yakından ilgilidir. Finansal performansın gücü, ürünün kalitesine bağlı olarak fiyatın eklenebilmesidir. Çünkü daha kaliteli olduklarını düşündükleri ürün ve hizmetlere daha hazır olmaktadır. Markanın kalite algısı 5 farklı sebepten dolayı kazanılmaktadır (Aaker1991: 86). Bu nedenler şu şekilde listelenebilir.

- Satın alma nedenini oluşturma
- Farklılaşma ve konumlandırma aracı olmak
- Fiyat yaratma
- Dağıtım kanalı üyelerinin dikkatini toplamak
- Marka genişlemesine yardımcı olmak

Markanın kalite algısını etkileyen faktörler iki gruba ayrılabilir. Birincisi, ürünün fiziksel yapısındaki değişmeden etkilenmeyen veya değişmeyen özellikleri tanımlayan içsel pazarlama faktörleri, ikincisi ise ürünün fiziksel yapısı ile ilgili olmayan dış pazarlama faktörleridir. Pazarlama faktörleriyle ilgili algılar müşteriye dokunur ve bu da markanın kalite algısını etkiler (Bhuian 1997:217).

1.3.1. Algılanan Kaliteyi Etkileyen Unsurlar

Algılanan kaliteyi oluşturan faktörler içeriğe göre değişmektedir. Çalışma ile ilgili boyutları belirlemek için araştırma yapmak gerekmektedir. Yüksek algılanan kalite oranı, tüketicilerin markanın uzun vadeli deneyimleriyle ilgili üstünlüğünü ve farklılıklarını hatırladığı anlamına gelmektedir. Bu nedenle, marka rakiplerine kıyasla yüksek kalitede bir marka seçer. Tüketiciler tarafından algılanan markanın kalitesi artarsa, marka değeri doğrudan orantılı olarak artmış olur (Yoo, Donthu, Lee 2000: 97).

Hizmet için algılanan kalitenin niteliği düşünüldüğünde; servis ekibinin kalifikasyonu, müşteri tarafından aranan temel fonksiyonla ilgilidir, ürün kalitesindeki

performans boyutuna tekabül etmektedir. Hizmette kişilerin önemi nedeniyle hizmet bağlamında güvenilirlik farklıdır. Hizmet faaliyetlerinin standartlaştırılması, müşterilere genellikle kolayca iletildiğinde güvenilirliğe erişmenin etkili bir yolunu sunmaktadır. Fastfood ve otel zincirlerinin faaliyetleri genellikle standart bir özellik ve işletim sistemine dayanmaktadır. Duyarlılık, empati, güvenilirlik ve nezaket gibi boyutlar, müşteri ile servis ekibi arasındaki etkileşimin niteliğine odaklanmıştır. Diğer kalite göstergeleri olmadığında fiyat iyi bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, marka adları veya ürün özellikleri olduğunda, maliyetler daha düşük olmaktadır. Araştırmalarda, algılanan kalite ile fiyat arasında çift yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur. Yüksek fiyatlandırma, ürünün algılanan kalitesini yükseltmektedir. Bununla birlikte, daha yüksek talep talep eden şirketler algılanan kaliteyi yükseltmek için daha isteklidirler (Aaker 1991:102).

1.3.1.1. Yüksek Kalite ve işaretçileri

Yüksek kalite kavramı, bir hizmetin iyiden daha iyisi olma niteliği kazanmaktır. Kalite olgusu Yüksek kalite seviyesine ulaştığında birtakım işaretleri beraberinde getirir. Bu işaretler aşağıdaki gibidir:

Kaliteye bağlılık: Zaman içinde kaliteye erişim şarttır. Bireyler bazı hizmetler hakkında direkt en iyiyi tercih ederler(sağlık, eğitim vb.).

Kalite Kültürü: Kalite organizasyon kültürüne, davranış normlarına, sembollere ve değerlere yansıtılmalıdır.

Müşteri Girdisi: Kaliteyi tanımlayan müşterilerdir. En iyi olma sonucunda zaman içerisinde müşteri portföyü artacaktır. Markayı talep eden müşteri grafiğinde artış söz konusudur.

Yüksek kaliteye erişim ölçümleri bugün birçok firma tarafından yapılmaktadır. Bunlar anket, deney, odak grup görüşmeleri olarak değişkenlik gösterebilir. Ayrıca firmaya yönelik alınan şikâyetlerde yaşanan azalma da yüksek kalite işaretçileri arasındadır.

Yüksek kaliteye ulaşmak bazı protiplere bağlıdır:

Standartlar / Hedefler: Kalite ile bağlantılı ve sisteme bağlı hedefler belirlemek. Bu hedefler anlaşılmalı ve önyargılı olmalıdır. Kalite hedefleri genellikle yıllık olarak belirlenmektedir. Şirket büyümesi için temel unsurları göz önüne alarak belirlenen rakamlar doğrultusunda dönemsel olarak hedefe ulaşma durumu izlenir.

Çalışan Girişimini Etkinleştirme: Çalışanlar hizmet kalitesi sunumu üzerinde kontrol sahibi olduklarında sorunları çözebilirler.

Müşteri Beklentileri: Beklenti, müşterinin belirli bir hizmet tahmininde bulunurken karşılaşacağı şeydir.

Yüksek kaliteli işaretlerin örneklerle anlaşılması kolaydır. Örneğin; stereo sütunların daha büyük boyutu daha iyi ses anlamına gelir. Deterjan çok temiz, temizleyici bir etki demektir. Domates suyu yoğunluğu, kalite demektir. Temizleyicilerdeki limon benzeri bir koku, temizleme gücünü gösterir. Süpermarketlerdeki ürün tazeliği kalite demektir. Otomobillerde sağlam bir kapanma sesi, iyi işçilik, sağlam ve güvenli bir gövde olduğunu gösterir.

1.4. Algılanan Kalite Boyutları

Algılanan kalite, ürünün bazı temel boyutlarına ve bir ürünün soyut, genel duygularına dayanır.

Garvin'e göre, ürün kalitesinin algılanması için ürün performansı, ürün özellikleri, hatasız üretim, güvenilirlik, dayanıklılık, servis kolaylığı olmalıdır (Erdil ve Uzun, 2009).

Çim biçme makinesi için; kalite, güvenilirlik, bakım ve bakım maliyetlerini düşürür. Her durum için boyutların tespiti deneysel çalışmalar ile yapılmaktadır (Aaker 1991).

1.5. Algılanan Kaliteyi Yükseltme Çalışmaları

Markaların, genel kalite seviyelerini yükseltmek için sürekli olarak çabalamaları her zaman yeterli değildir; Performanslarından sapma risklerini azaltmaya çalışırlarsa başarılı olacaklarını söylemek mümkündür (Rust, Inman, Jia ve Zahorik 1999: 126).



İKİNCİ BÖLÜM

SİVİL HAVACILIKTA KABİN HİZMETLERİ VE KABİN HİZMETLERİ EĞİTİMİ

2.1. Hava yolu İşletmeciliği Kavramı

Havacılık dünya ülkeleri arasındaki ulaşımı sağlayan en önemli ulaşım aracıdır. Bu sebeple küresel iş geliştirme ve turizm zenginleşmesi için çok önemlidir. Hava taşımacılığı, önemli sosyal ve ekonomik faydalar sunmak için en önemli hizmetlerden biridir. Turizm ve ticarete hizmet ederek, ekonomik büyümeye katkıda bulunur. Hava taşımacılığı, dünyanın dört bir yanındaki insanların ve kargo gönderilerinin hızlı hareket etmesi için şarttır. Aynı zamanda, hava taşımacılığı, boş zamanlarını ve kültürel deneyimlerini genişleterek insanların yaşam kalitesini artırmaya fayda sağlar (Gençoğlu 2012: 26).

Ticari havacılığın kullanımı son birkaç yılda önemli ölçüde artmıştır. Onlarca yıl, ilk jet uçağının 1949'da uçmasından bu yana yetmiş kattan fazla olduğu tahmin edilmektedir (ATAG 2005). Bu hızlı büyüme bir dizi faktöre bağlıdır. İlk olarak, dünyanın birçok yerinde harcanan gelir ve yaşam kalitesi, bölgelerde daha fazla insanı yurtdışına seyahat etmek ve fırsatları keşfetmek için teşvik etmiştir. İkincisi, havacılık yasalarının kolaylaştırılması ve hükümetler arasındaki ikili ve açık gökyüzü anlaşmaları havayolları için seyahat pazarlarını daha kolay ve ucuz hale getiren yeni pazarlar açmıştır. Üçüncüsü, havacılığa olan güvenli seyahat şekli olarak artan güven nedeniyle talep artmaktadır. Dördüncüsü, artan verimlilik ve artan rekabet dünya uçak ücretlerini ve seyahat maliyetini düşürmüştür. Son olarak, küreselleşme, insanların artık siyasi ve sosyal ortamları iyileştirmiş ülkelerde iş yapmaları için kat edilen ortalama mesafeyi arttırmıştır.

Yapılan ilk ticari yolcu uçuşunun ardından yaklaşık yüz yıla yakın bir zaman dilimi içerisinde ticari uçuş yapan yolcu sayıları 67 milyarı geçmiş bulunmakta. 2016 yılı itibari ile 17.370 şehir çifti arası, ortalama 52.954 rota üzerinde 32.8 milyon ticari sefer yapılmıştır. Diğer bir deyişle bir sene içerisinde ticari alanda yapılan uçuş rakamları ortalama 6.7 trilyon km'dir. Sivil havacılık sektörünün dünya gayrisafi

ürününe katkısı, halkın ihtiyaçlar hiyerarşisinin başında olan yiyecek-içecek sektörünün yarısından fazlasıdır. Ayrıca, tahmini 2,1 milyon kişi hava yolu veya taşıma acenteleri tarafından istihdam edilmektedir: Örneğin, uçuş ekibi, check-in personeli ve bakım ekibi (ICAO 2006). Hava yolu hizmetleri kıtalararası, kıta, bölgesel veya yerel olarak kategorize edilir ve tarifeli servisler veya charterler olarak kullanılabilir. Büyüklük bakımından havayolları, posta veya kargo taşıyan tek bir uçağa sahip olanlardan, yüzlerce uçağı işleten tam hizmet veren uluslararası havayollarına değişir. Dünyanın birçok yerinde, devlete ait havayolları veya devletten destek alan şirketler mevcuttur. Ancak son yıllarda eğilim, hükümet dışı hava yolu şirketlerine daha fazla özgürlük vererek bağımsız, ticari kamu şirketlerine doğru ilerlemektedir.

Havayolu			
	Uçak Sayısı	Koltuk Kapasitesi	Kargo Kapasitesi (KG)
2003	162	27.599	302.737
2004	202	34.403	471.734
2005	240	39.903	649.562
2006	259	42.335	873.539
2007	250	40.185	962.539
2008	270	43.524	1.093.096
2009	297	47.972	1.121.108
2010	349	56.638	1.118.933
2011	346	55.662	1.136.866
2012	370	65.208	1.264.513
2013	385	66.639	1.639.130
2014	422	76.297	1.349.875
2015	489	90.259	1.759.600

Şekil 4: 2003-2015 yılı uçak ve koltuk kapasitesi

Kaynak: SHGM(2015)

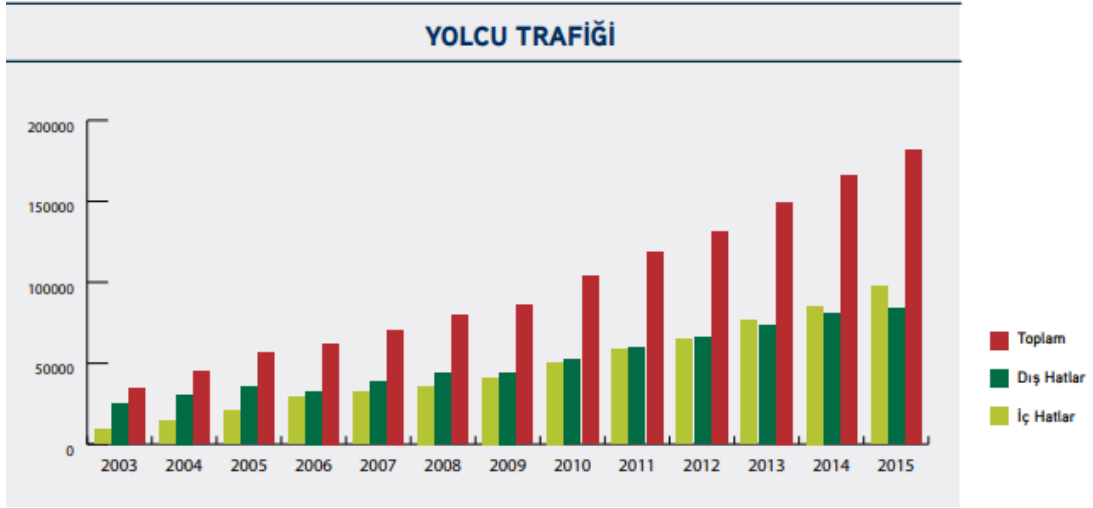
Ülkemizde gerçekleşen rakamsal hava yolu istatistikleri incelendiğinde ise 2003 -2015 yılı arasında uçak sayısı %281 oranında artış göstermiştir. Aynı yıllar arasında koltuk kapasitesi ise %227 oranında artmıştır. Ayrıca yine aynı yıllar arasında kargo kapasitesi ise 2003 yılında 302,737 iken 2015 yılına dek 1,759,600 rakamlarına ulaşmıştır.

Yıllar	İç Hat	Dış Hat	Transit	Toplam
2003	156.582	218.405	154.218	529.205
2004	196.207	253.286	191.056	640.549
2005	265.113	286.867	206.003	757.983
2006	341.262	286.139	224.774	852.175
2007	365.117	323.471	247.099	935.747
2008	385.764	356.001	268.328	1.010.093
2009	419.422	369.047	277.584	1.066.053
2010	496.865	420.596	294.934	1.212.395
2011	581.271	460.218	290.346	1.331.835
2012	600.818	492.229	283.439	1.376.486
2013	682.685	541.110	281.178	1.504.973
2014	754.259	591.695	333.017	1.678.971
2015	835.677	620.764	358.654	1.815.095

Şekil 5: 2003- 2015 iç ve dış hat uçuş rakamları

Kaynak: SHGM(2015)

SHGM güncel verilerine göre 2003-2015 yılları arasında iç hat uçuş rakamları %433 oranında artış gösterirken dış hatlarda ise %184 oranında artış gözlemlenmektedir. Bununla birlikte transit hatlarda ise %132 oranında artış söz konusudur. Ülkemizde sivil havacılık sektöründe kargo ve yük taşımacılığı yapan 13 hava yolu şirketi mevcutken, bu şirketlerin uçak sayısı 2015 yılı itibari ile 489 adet olmuştur. Bu uçakların 464 'ü yolcu uçağı ve 25'i kargo uçağıdır.



Şekil 6: 2003-2015 yılları arası yolcu trafiği

Kaynak: SHGM(2015)

Artan sayıda ticari hava yolu şirketi, sürekli kâr aramak, maliyeti düşürmek ve gelirleri artırmak için yönetimleri üzerinde daha fazla yoğunlaştı. Hava taşımacılığı hizmetine olan talebin artması, farklı pazarlardaki fırsatlardan yararlanmak için hava yolu yönetimini zorlamaktadır. Aynı zamanda, hava yolları arasındaki rekabetin artması, hava yolu yönetiminin, kârlarını arttırmak için tüm kararlarında verimlilik aramasını gerektirmektedir. Havacılık tarihi boyunca birçok hava yolunun iş dünyasında kalamaması şaşırtıcı değildir ve çoğu durumda bu havayollarının yok olmasının yetersiz yönetime atfedildiği kabul edilmektedir (Gençoğlu2012:36).Günümüzde havayolları, yalnızca marjinal kar sağlayan rekabetçi bir ortamda verimli bir şekilde performans göstermeye çalışmaktadır. Hava yolu işletmesi, hepsinin aynı anda iyileştirilmesi gereken çok sayıda çelişkili kararlar içeren en karmaşık işlerden biri olarak tanımlanmaktadır.

Hava yollarını daha iyi planlamak ve işletmek için çeşitli taktikler geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Bu taktikler, havayollarının karar alma süreçlerini optimize etmek için hareket araştırması ve matematik literatüründe mevcut olan bilimsel yaklaşımları temel alır ve genellikle otomatikleştirilebilen bilgisayarlı sistemler içerisinde modellenir. Bu nedenle, bu bilimsel temelli taktikler havayolları için daha kolay karar verme ve uygulama seçenekleri sunmaktadır.

2.2. Hava yolu İşletmeciliğinin Nitelikleri

Hava taşımacılığı sektörü, diğer taşımacılık türleri ile sürekli etkileşim halindedir. Diğer hizmet türlerinden gelen taleplerden kaynaklanan ihtiyaçların giderilmesi için sistemin bir parçasını oluşturur. Diğer ulaşım türleri gibi, hava taşımacılığı da kendine has özelliklere sahiptir.

Wensveen'e (2007:261-262) göre hava yolu taşımacılığının özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Hava taşımacılığının ürünü, talepteki değişiklikler nedeniyle daha sonra teslim edilmek üzere stoklanamaz.
- Hava taşımacılığında sunulan hizmet genellikle kişiseldir. Başka bir deyişle, aynı uçakta aynı bileti alan iki yolcu, birbirinden farklı olabilir.(Örneğin herhangi bir yemeğin kişiye alerjisinin bulunması ya da asla yememesi, okunan gazetenin farklılığı gibi.)
- Hava taşımacılığında sunulan diğer ürünlerden farklı olarak, kötü hizmet diğerinin yerine geçemez.
- Hava taşımacılığında bir hizmetin kalitesini satıştan önce test etmek çok zordur. Çünkü bir ürün satılmadan önce test edilemez.
- Hava taşımacılığında, teknik sebepler veya öngörülemeyen meteorolojik koşullar nedeniyle, bir ürünün sunumu kesin değildir.
- Hava taşımacılığında hizmet bireysel olarak sunulmaz, gruplar halinde üretilir.

2.2.1. Hizmet Arzı

Sivil havacılık faaliyetleri, hizmetin uluslararası niteliği nedeniyle 24 saat sürmektedir. Uluslararası bağlantılara sahip tarifeli havayolları günün her saatinde uçuşlar düzenler ve uçuş personeli ile yer hizmetleri personeli ve bakım personeli vardiya düzeninde saat başı çalışır. Günde 24 saat çalıştıkları için, istihdam ettikleri

personel sayısı artar ve hizmetlerin özellikleri nedeniyle gönüllü ekibin, bakım ekibinin ve diğer personelin çalışma saatlerinin planlanması çok önemlidir (Saldıraner, 1992: 26).

2.2.2. Açık Sistem Niteliği

Açık sistemler, sistem ve çevresi arasında enerji, bilgi ve malzeme alışverişinde bulunan sistemlerdir. Sistemler giderek daha karmaşık hale gelmekte ve büyümektedir, bu da artan sayıda alt sisteme neden olmaktadır (Koçel, 1989: 49). Açık sistemler, ortamlarındaki değişikliklere göre kendilerini ayarlayabilir. Geri bildirim yoluyla, sistemlere faaliyetlerini gerektiğinde değerlendirme ve düzeltme fırsatı sunar (Yıldırım 2000: 137).

2.2.3. Ekonomik Gelişmelere Hazırlıklılık

Hava yolu sektörü, turizm sektöründeki ekonomik dalgalanmalara karşı en hassas sektörlerden biridir. Sektörün ticaret hacminin küçük bir kısmını oluşturan genel havacılık faaliyetleri dışlandığında, işletmeler tamamen ekonomik üretkenliğe dayanmaktadır. Bu nedenle, petrol fiyatlarındaki ve ekonomik krizlerdeki keskin değişiklikler işletmeleri önemli ölçüde etkilemekte ve değişikliklere yol açmaktadır (Uyar 2009: 1).

2.3. Hava yolu İşletmeciliğinde Kabin Hizmetleri

Hava yolu işletmeciliğinde fiili uçuş görevinde vazifeli olan iki grup personel vardır. Kokpit ve kabin personeli.

2.3.1. Kokpit Personeli (Pilot)

Uçuş sırasında uçağın tüm hareketlerinden sorumlu olan kaptan ve bu amaçla Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından atanan pilot belirli bir lisansa sahip olmalıdır (SHGM 2013: Madde 4).

2.3.2.Kabin Ekibi Personeli

Hava yolu şirketlerinin uçuş operasyonları, sivil havacılığın mevcut süreçte köklü bir değişim göstermesine rağmen, sürecin temel unsurlarıdır. Yolcular, havayollarını veya paydaşlarını değerlendirirken, esas olarak hava yolu şirketlerinin uçuş operasyonlarındaki uygulamalarını dikkate alarak bir değerlendirme yapmaya çalışıyorlar (Yelkenci 2006: 44).

Kabin ekibi olarak bilinen bu ekipler, hava yolu şirketlerinin en önemli unsurları olup, yolcu memnuniyetini sağlamanın yanı sıra uçuş işlemlerini güvenli ve başarılı bir şekilde gerçekleştirmelerine yardımcı olma konusunda da çok etkin sorumluluklara sahiptir. Kabin ekibi, kabin hizmetlerinde pilotların ve personelin bulunduğu bir çalışma grubunu ifade eder. Bununla birlikte, kabin ekibinde en etkili role sahip olan kabin ekibi, kabin hizmetlerini doğrudan yapan kabin memurlarıdır. Pilotlar uçuşun teknik olarak yürütülmesinden sorumludur. Genel olarak, kabin ekipleri verimli ve bilgili bireylerden oluşur. Pilotlar için gereken nitelikler açık olmakla birlikte, kabin hizmetlerini kabin ekibi olarak yapmakla yükümlü olan taraflar için çeşitli nitelikler ortaya çıkmıştır ve bu yetkinliklerin belirleyicileri, hava yolu şirketlerinden yolcuların beklentileridir. Buna göre, yolcuların ihtiyaçlarına cevap vermek ve memnuniyetlerini sağlamak amacıyla, hava yolu şirketlerinin uçuş operasyonlarında kabin ekipleri; güvenlik unsurunu vurgulayarak hareket eden bireyler grubunu temsil eder(Gençoğlu 2012: 46).

Bu sayede genel olarak uçuş işlemleri iki farklı grupta gerçekleştirilir. Bununla birlikte, pilotlar yalnızca uçuşun gerçekleştirilmesiyle doğrudan ilişki içinde olduğu için, kabin ekibinin geri kalanı süreçte doğrudan kabin hizmetlerini gerçekleştiren kişidir. Bu nedenle, kabin hizmetlerinin ağırlıklı olarak host ve hostesler tarafından yapıldığı ve bu nedenle, yolcuların bir hava yolu şirketini hizmet temelinde değerlendirdiği zaman, yolcuların büyük ölçüde uygulamalarının host ve hostesler hakkındaki görüşlerini ifade ettikleri anlaşılmaktadır(Karaarslan2014: 32).

2.4. Kabin Hizmetleri Bileşenleri

Kabin hizmetleri üç ana başlık altında incelenmektedir. Bunlar uçuş öncesi verilen servisler, uçuş sırasında verilen servisler ve uçuş sonrası verilen servislerdir. Kabin hizmetleri, gönüllü personelin görev ve sorumlulukları başlığı altında uluslararası kuralların belirlenmesiyle standartlaştırılmış, kontrol edilebilir ve denetlenebilir hizmetlerdir. Servis standardizasyonu için verilen servisler, Kabin El Kitabı veya Kabin Servis El Kitaplarındaki iş akışı süreçleriyle adım adım listelenmiştir. Uçuş süreci boyunca sağlanan faaliyetler ve servisler, yolcuların kabin ekibi tarafından uçuşu konforlu ve emniyetli hale getirmesini sağlayan yiyecek içecek servisi, oryantasyon ve bilgi hizmetleridir. Kokpit ekibi, uçuşun güvenli ve hızlı bir şekilde yapılması için gerekli teknik çalışmaları gerçekleştirir. Bu ekibin performansı ve etkinliği ve trafiğin yoğunluğu hizmet sürecini etkileyen önemli faktörlerdir (Ağraz 2006: 63).

2.4.1. Uçuş Öncesi Hizmetler

Uçuş öncesi kabin hizmetleri, yolcuların uçuşundan önce uçağın emniyet, güvenlik, teknik, temizlik ve catering için hazırlanmasını sağlayan hizmetlerdir. Kabin ekibi, uçağın teslim edildiği her meydana üretime başlar. Bu hizmetlerin başında teknik ve güvenlik kontrolleri var. Temizlik ve catering hizmetleri, özel teknik ekipler veya dış kaynak tarafından yapılır, kabin ekibi tarafından kontrol edilebilir. Kabin yolcu alımına hazır olduğunda, yolcuların uçağın kapısında karşılanması beklenir ve biniş kartlarına göre koltuklarına yönlendirilirler. Kabin bagajının IATA kurallarına uygun olması sağlanmıştır(Karaarslan2014: 32).

Biniş sırasında, yolculara dikkat edilir, özel ihtiyaçları olan (hareket kısıtlı, hasta, bebek-çocuk, görme engelli, işitme engelli, refakatsiz çocuklar vb.) yolculara yardım edilir, bu yolcular için özel briefing yapılır. Yolcuların rahatını sağlamak için kabin içi ürünlerin (yastık, battaniye, kulaklık, gazete vb.) dağıtımı uçuş öncesi hizmetlerden biridir. Yolcu Güvenliği Briefingi (Demo) Kemer kullanılarak yapılan yolcuların uçuşundan önce, acil durum çıkışları, vb. konularını bilgilendirmek için kabin ekipleri tarafından uygulanan veya ekranlardan gösterilen yolcu bilgilerini kapsar(Işıkcı 2018: 24).

2.4.2. Uçuş Sırası Hizmetleri

Uçuş sırasında verilen servisler kalkıştan sonra kemer ikaz ışıklarının sönmesinden başlayarak uçağın havaalanına inip park yerine ulaştığı süreyi içerir. Birincil görev uçuş emniyeti olan kabin ekibi, hizmette verimlilik ve sürekliliği sağlayarak yolcu memnuniyetini sağlamaktan da sorumludur. Yemek servisi, yolcuların fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçları için sunulan hizmetlerin bir birleşimidir. Uçuş sırasında verilen ikramlar uçuş türüne göre farklılık göstermektedir. Hem göze hem damağa hizmet etmek ve beklentileri karşılamak, yolcu memnuniyetini olumlu etkileyen en önemli faktörlerdir. Yiyecek içecek hizmetine ek olarak, uçuş sırasında yolcunun uçuş sırasında ihtiyaç duyabileceği ürünlerin dağıtımı uçuş sırasında verilen hizmetlerden biridir. Uçuş sırasında verilen hizmetlerde kabin ekibi çok önemlidir. Kabin ekibi, uçuş sırasındaki her türlü anormal ve acil durumu yönetmek için gerekli eğitim ve sertifikasyona sahiptir(Işıkcı 2018: 34).

Kabin ekibi, gerekli bakımı göstermek ve yardıma ihtiyacı olan tüm yolculara gerekli hizmetleri sağlamakla yükümlüdür. Özellikle sağlık sorunu olan bir yolcu varsa ve uçakta doktor bulunmuyorsa, Sağlık Bakanlığı ilk yardım ekibi ve Avrupa Resüsitasyon Konseyi AED ekibi, yaralıların durumunu değerlendirerek ilk yardım yapabilir. Hizmetliler uçakta defibratör ile kalp masajı yapabilirler. Ulusal havacılıkta, Türk Hava Yolları Kabin Kabinleri AED sertifikasına sahiptir. Olağanüstü durumlar için gerekli eğitimi alan ehliyet sertifikalarına sahip kabin ekibi, uçuş güvenliğinin tehlike altında olduğu durumlarda uluslararası prosedürlere göre hareket eder (uçakta bomba, uçağın uçuşu, yasadışı yolcu). Bussines Class yolcu grubu, geniş gövdeli ve uzun mesafeli uçuşlar için kişiselleştirilmiş kabin ekibi hizmetleri sağlanabilir. Ayrıca THY'nin birçok dış hat uçuşunda Business Class yolculara "Uçan Aşçı" (Flying Cheff) tarafından servis hizmeti verilmektedir (THY 2014: 30).

2.4.3. Uçuş Sonrası Hizmetler

Uçak piste iniş yaptıktan sonra verilen hizmetlerdir. Kabin ekibi yolcuların kemerlerinin yerinden çıkartılıp güvenli bir biçimde uçaktan inmeleri ile yükümlüdür. Yolculara verilen özel hizmetler (hasta, sınırlı hareketlilik vb.), unutulmuş eşyaların teslimi, kabin kontrolü uçuş sonrası hizmetlerdir.

2.5. Kabin İçi Ürün Ve Hizmetler

Kabin özellikleri ve kabin içi ürünler uçak modeline, boyutuna, uçuş mesafesine, alınan hizmet standartlarına (işletme, ekonomi sınıfı), iç hatlara ve dış hatlara göre değişmektedir.

Teknolojik gelişmeler nedeniyle kurum içi ürünler sürekli geliştirilmektedir(Işıkcı 2018: 29).

1. “Yolcu Kitleri: Uzun mesafeli uçuşlarda göz maskesi, kulak tıkacı, diş macunu ve diş fırçası, dudak kremi, çorap ve terlikten oluşan yolcu kiti
2. Yastık ve Battaniye
3. Tek kullanımlık kulaklıklar
4. Gazete ve Dergi
5. Uçak İçi İletişim: Hava yolu işletmeleri kabin içi ürünler kapsamında uçuş süresi boyunca ortak kullanıma açık, ücretli olarak kısa mesaj veya e-posta gönderme hizmeti vermektedir.
6. Elektronik cihazların şarj edilebilmelerini sağlayan sistem.
7. Kabin içi eğlence sistemi programları
 - Film (Klasik, vizyon, uluslararası, drama ve çocuk filmleri, çizgi film vb.)
 - Kısa süreli yayınlar (dizi, belgesel, spor, seyahat, yemek, moda, teknoloji vb)
 - Müzik albümleri (pop, pop&rock, jazz&blues, klasik, latin, dünya müziği, newage, vb.)
 - Radyo Kanalları
 - Oyun Konsolu (bireysel ve çoklu oynanabilecek oyunlar)

- Çocuk kanalı
- Sesli kitap kanalı’’

2.5.1. First Class Yolcu Hizmetleri

Her hava yolu şirketi yolcularına kişiye özel hizmetler sunabilir. Bir satış, pazarlama ve servis çeşitlendirme tekniği olan First Class oturumu uygulaması, tüm havayollarının yüksek satın alma gücüne sahip yüksek müşteri grubuna sunduğu hizmetlerden biridir. Son yıllarda, First Class uygulamaları hizmet kalitesinde itibar ve kurumsal itibar bakımından öne çıkmıştır. First Class uygulamaları, uçuş süresi boyunca kişisel ayırıcılarla ayrılmış kişiselleştirilmiş masa, ayna, dolap seçenekleri ile bölgede seyahat etmenizi sağlar. Bu bölmelerin kabin özellikleri ve kabin ürünleri aşağıdaki gibidir(Karaarslan2014: 42).

1. Düz yatak haline gelebilen özel üretilmiş koltuk ve geniş oturma alanı
2. Özel ışıklandırma sistemi
3. Özel olarak imal edilmiş yolcu kitleri
4. Kabin içine yerleştirilmiş iletişim sistemleri ile uçuş süresi boyunca kişiye özel sms ve e-posta hizmeti
5. Uçuş süresi boyunca mobil telefon kullanabilme özelliği
6. Kabin içi eğlence sistemi programları
7. Uçuş süresi boyunca duş alabilme özelliği
8. İki katlı uçaklarda uçak içi dinlenme salonunda diğer Business Class yolcuları ile sosyalleşebilme

2.5.2. Business Class Yolcu Hizmetleri

Uçuş sırasında farklı kabin özellikleri ve kabin içi ürünler sunan yolcu grubuna Business Class özellikli yolcu grubu adı verilir. Ekonomi sınıfından farklı olarak, bu gruptaki yolcular için aşağıdaki kabin hizmetleri ve ürünleri sunulmaktadır.

1. Düz yatak haline gelebilen özel üretilmiş koltuk ve geniş oturma alanı
2. Özel ışılandırma sistemi
3. Özel olarak imal edilmiş yolcu kitleri
4. Kabin içine yerleştirilmiş iletişim sistemleri ile uçuş süresi boyunca kişiye özel sms ve e-posta hizmeti
5. Kabin içi eğlence sistemi programları

2.5.3. Ekonomi Sınıfı Yolcu Hizmetleri

Ekonomi sınıfı kabin özellikleri ve kabin içi ürünlerin geleneksel standardize edilmiş hizmetleridir. Kabin fiyatı ve hizmet stratejisi bakımından farklılık gösteren düşük maliyetli işletmeler, genellikle nakliye hizmetlerine ve ucuz bilet fiyatlarına odaklanır ve genellikle dar ve kabin içi ürünlerle koltuklar arası alanlar sağlamaz. Genel olarak ekonomi sınıfında kabin özellikleri ve kabin içi ürünleri; Standart koltuk aralıkları, yolcu seti, battaniyeler ve yastık hizmetleri, kabin içi eğlence sistemi programları, gazete ve dergi seçenekleri içerir.

2.6. Kabin Memuru Kabin Hizmetleri Temel Eğitimi

Kabin eğitimi, mesleğe ilişkin teorik bilgilerin kazanılmasını, ayrıca bireylerde kendine güven geliştirmeyi ve acil durumlarda bu kendine güven için gerekli otoriteyi sağlamayı içerir (SHGM 2015).

Kabin Görevlisi Temel Eğitimi, kabin görevlisi adayları için tasarlanmış ve görev süresince karşılaşılabilecekleri her türlü acil durumu kapsayan bir eğitim programıdır (SHGM 2013).

2.6.1. Kabin Memuru Etik Davranış Biçimleri

Güvenlikten sonra kabin personelinin önceliği yolcu konforu sağlamaktır. Kabin görevlileri yaşlı ve engelli yolcuların uçakta inip çıkmalarına yardımcı olmalıdır. Yolculara yiyecek ve içecek servisi yapanlar, sorabilecekleri birçok olası soruyu cevaplayabilmelidir (Thomas 2009: 7).

Her yıl havacılık sektöründeki havayollarını bağımsız ve performans odaklı araştırmasıyla havayollarına ödüllendiren Skytrax (THY 2016), kabin memurları uçağa binış sırasında yolculara yardım etmeleri, samimi ve misafirperver bir yaklaşım sergilemeleri, özenli ve etkili bir hizmet sunmaları, iyi derecede yabancı dil kullanımı, etkili yiyecek servisi, uçuş boyunca mümkün olduğunca kabinde bulunmaları, anlaşılır ve iyi bir tonda anons yapmaları, çocuklu ailelere yardım etmeleri, problem çözme becerileri, görev boyunca ekibin davranışları ve görünüşlerine göre değerlendirme yapmaktadır (Karaarslan 2014: 42). Bu bağlamda, kabin ekibinden beklenen davranışların temel olarak Skytrax değerlendirmelerinin davranışlarıyla aynı olduğu söylenebilir.

Gazdik, (2004: 16), kabin görevlileri için güvenliğin iki ana bileşenini tanımlamaktadır; mekanik ve tıbbi problemleri;

Medikal sorunlar: Kalp krizi geçiren, 10.000 metre yükseklikte, bulantı gibi bazı problemlerde, oksijen almada zorlanma ve burun kanaması gibi bir yolcu rahatsızlığı olabilir. Kabin görevlileri bu gibi durumları yönetebilme becerisine sahip olmalıdır.

Mekanik sorunlar: Genel olarak, donanımlardaki sorunlar uçuş sırasında basınç kaybı, koltuk kırma gibi sorunları içerir. Bu problemler teknik ekip tarafından yerdeyken çözülür ve kaptanın ve şirketin yönetmeliklerine uygun olarak yönetilir. (Gazdik 2004: 16).

2.6.2. Kabin Memuru Gereklilikleri

Türkiye'de kabin memuru olmak için mevzuat uyarınca aranan asgari şartlar aşağıda listelenmiştir (DGCA, 2016):

1. En az 18 yaşında olmak
2. Belirlenen kurumlar tarafından alınan sağlık kontrolü raporu almak
3. İşlemleri Operasyonel Kılavuzdaki prosedürlere uygun olarak yapabilme (boy, kilo, psikolojik test vb.)

4. Türkiye'de veya yurtdışında en az 10 yıl eğitim almış lise veya benzeri okullardan mezun olmak
5. İngilizce bilmek (Bu konunun detaylandırılması, görev alacağı kurumun iç prosedürüyle belirlenir).

2.6.3. Kabin Hizmetleri Eğitimi

Kabin personelinin en zor işi uçuş güvenliğini sağlamaktır. Genellikle 6-8 hafta süren kabin görevlisinin eğitimine ek olarak, yılda bir kez güvenlik ve güvenlik konularını içeren tekrarlı bir eğitim alırlar. Kabin ekibi eğitimi, şirketler arasında içerik ve kapsam açısından farklılıklar gösterse de, kabin görevlisinin gerektirdiği asgari eğitim aşağıdaki gibidir: (SHGM 2016):

2.6.3.1. Disiplin ve Sorumluluklar Eğitimi

Disiplin ve sorumluluk eğitiminin amacı, kabin görevlisi tarafından kullanılacak hava yolu işletmeciliği için prosedürleri tanıtmaktır. Kabin görevlisi üyesinin sağlığının ve yetkinliğinin korunmasına ilişkin farkındalık vermek, meslekle ilgili ulusal ve uluslararası kuruluşları tanıtmak ve sivil havacılık denetimleri hakkında bilgilendirmek, kullanım kılavuzlarını tanıtmak ve devam etmenin önemini vurgulamak (SHGM 2013).

2.6.3.2. Havacılık Terminolojisi Eğitimi

Havacılık endüstrisinde kullanılan ifadeler İngilizce'dir. Tüm ulusal ve uluslararası havayollarında kullanılan ortak terimler vardır. Havacılık Terminolojisi eğitiminin amacı, kabin görevlilerine sektöre özel terimler (türbülans, kabin basıncı vb.) ve havacılık alfabesini (alfa, bravo, charlie vb.) tanıtmak ve uçuş operasyonlarında etkili iletişimin önemini vurgulamaktır.

Havacılık terminolojisi eğitiminin ana başlıkları şunlardır: (ICAO 2014):

1. "Havacılık fonetik alfabesine ve mesleğe özgü terimlere giriş.

2. Acil durumda kabin ekibi arasında normal iletişimde veya iletişimde etkili iletişimin önemi.
3. Acil durum ekipmanının adı ve tanıtımı.
4. Uçuş ekipmanı ve uçağın ekipmanının adı ve tanıtımı.
5. Uçuş aşamalarının tanıtılması (merdiven, tırmanma, düz uçuş, iniş vb.).
6. IATA Şehir kodları."

2.6.3.3. Havacılık Esasları ve Uçuş Fizyolojisi Eğitimi

Havacılık Temelleri ve Uçuş Fizyolojisi eğitiminde ele alınan ana başlıklar; Yüksek irtifa uçuş fizyolojik etkileri, kabin basınçlandırma ve oksijen sistemleri, irtifada yüksek Oksijen geciktirme hastalığı (hipoksi), kabinde basınç tahliyesi ve fizyolojik semptomlar, temel uçuş teorisi, uçuş kontrolleri, aşağı akış işlemleri, fren sistemleri, kanat ve kuyruk özellikleri, havalandırma sistemi, haberleşme teçhizatı, ağırlık ve denge hesapları, meteoroloji ve türbülans sorunları, kar birikim ve buzlanmaya karşı önlemlerdir(Karaarslan 2014:42).

2.6.3.4. Standart Operasyon Prosedürleri Eğitimi

Bu eğitimin vizyonu tek biçim çalışma izleklerini(yolcu güvenliği brifingi, türbülans, yolcu bilgilendirme duyuruları vb.) Sunmak ve kabin görevlisi adaylarına kabin emniyetinin önemi hakkında gerekli bilgileri sağlamaktır.

Standart Operasyon Prosedürleri Eğitiminin ana ders konuları aşağıdaki başlıklarda toplanmıştır (ICAO, 2014):

1. Kullanıcı El Kitabında tanımlanan standart işletim prosedürleri,
2. Kabin ekibinin uçakta, taksi yolculuğu sırasında, arabada ve tırmanışta, düz uçakta, alçaltmada, iniş sırasında ve kabinin iniş sonrası güvenliğini sağlama görevlerini yerine getirmesi.
3. Meydanda, transit meydanında ve yakıtta arabanın güvenliği ile ilgili görevler.

Havacılık endüstrisi, uçakların yerde kaldığı çok kısa bir süreye sahiptir. Bu kısa sürede kabin ekipleri çok fazla hareket etmelidir(Bolcu,2008:26). Bu eğitim sayesinde kabin görevlileri zamanı nasıl kullanacaklarını öğrenmektedirler.

2.6.3.5. Havacılık Güvenliği Eğitimi

Havacılık Güvenliği Eğitiminin amacı, kabin ekibine havacılık güvenliği konusunda gerekli farkındalığı sağlamak ve konuyla ilgili görev ve sorumlulukları etkin bir şekilde uygulamak ve uçuş güvenliğini sağlamaktır. Türkiye “ayrıca DGCA tarafından güvenlik hizmetleri ve standartlara uygun hale getirilebilecek” Sivil Havacılık Güvenliği Eğitim ve Belgelendirme Talimatları “yürürlüğe girmiştir. Bu talimatın amacı, Ulusal Sivil Havacılık Güvenliği Programının, havacılık güvenliği konularındaki personel seçimini ve eğitim gereksinimlerini ve sorumluluklarını belirleyerek ve uluslararası standartlara uygun olarak yürütülmesini sağlayarak etkinliğini sağlamaktır(Ergün 2014:26).

2.6.3.6. Uçuş Emniyet ve Acil Durum Prosedürleri Eğitimi

Yangın ve Duman Eğitimi Kabin görevlisi adayları için yangın ve duman eğitimi kapsamındaki konular aşağıda belirtilmiştir (SHGM, 2013):

1. Yangın türlerinin sınıflandırılması (fırın yangını, bina içi yangın vb.) Ve yangın söndürücülerin kullanımı.
2. Hızlı müdahalenin, ekip koordinasyonunun ve yangın durumunda veya net olmayan duman durumunda yardımın önemi.
3. Kabinde yangın riski olan alanların (tuvaletler, mutfaklar, vb.) Sık kontrolü ve uçuştan önce duman dedektörlerinin kontrolü.
4. Kokpit takımı ile iletişim. Yangın türü ve yeri hakkında bilgiler.

Kabin Görevlileri her zaman planlanmış veya planlanmamış sulardaki acil iniş için hazırlanmalıdır. Suda hayatta kalma eğitiminin kapsamı aşağıdaki gibidir (Karaarslan2014:34):

- Acil durum prosedürleri,
- Acil durum çıkışlarının açılması,
- Sürgülü araç (tekne) olarak yüzen bir araç veya tekne olarak sürgü kullanımı,
- Yaşamı sürdürmek için alınacak önlemler.

Uçuş bölgelerinin özelliklerine göre hayatta kalma eğitimi verilmektedir. Yaşamı sürdürmek için alın Hem teorik hem de pratik olarak kabin görevlisi adaylarına öğretilmelidir (IOSA, 2014).

2.6.3.7. Tehlikeli Madde Kuralları Eğitimi

Tehlikeli madde, insan sağlığına, güvenliğine, sağlığına ve çevreye zarar riski taşıyan maddeler içerir. Tehlikeli maddeler; zehirli, patlayıcı veya yanıcı maddeler, toksik parçalar, çözücü veya makine parçaları içeren solvent veya kondensat, cıva dolgulu ölçüm cihazları ve benzeri maddeler. Tehlikeli maddeler, nitelikleri sebebiyle uçak ve yolcu güvenliğini tehdit eden yüklerdir. Hava yoluyla taşınmasına yalnızca belirli koşullar altında izin verilir. Hava taşımacılığı için uygun olmayan tehlikeli malzemeler taşıma sürecinden tamamen çıkarılmıştır (MEB, 2014).

2.6.3.8.Ekip Kaynak Yönetimi Eğitimi (EKY)

EKY eğitiminin amacı; Bu dersin amacı, insan hatasından kaynaklanan uçak kazalarını önlemek amacıyla, uçuş operasyonlarında personele sunulan tüm kaynakların etkin kullanımı ve yönetimi kabiliyetini kazanmaktır(Fırat 2003: 59).

2.6.3.9. Havacılık Tıbbi Konuları ve İlk Yardım Eğitimi

Kabin görevlileri derhal uçuş sırasında acil durumları (kalp krizi, yüksek tansiyon, erken doğum, yanma vb.) tespit etmeli ve bunlara yanıt vermeli ve zamanında gerekli ilk yardım müdahalesini başlatmalıdır. Havacılık Tıbbi Sorunları ve İlk Yardım Eğitimi, kabin ekibine ilk yardım konusunda gerekli bilgi ve becerileri kazandırmayı amaçlar. İlk yardım, olay yerindeki hayatı kurtarmak veya sağlığın daha da kötüleşmesini önlemek için mevcut ilaçlar olmadan tıbbi bakım sağlanıncaya kadar

müdahale etme yöntemidir(SHGM, 2002). Hava yolu İşletmeleri, kabin ekibine havacılık tıbbında ve ilk yardımda gerekli bilgi ve becerileri sağlamalıdır. İlk yardım eğitimi, hava yolu şirketlerinin temel eğitim programlarına dâhil edilmelidir (IOSA, 2014).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Yöntem

Bu çalışmada veri toplama yöntemlerden biri olan anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket formunu hazırlarken, sorular yanlış anlamaya izin vermeyecek şekilde açıkça tanımlanmıştır ve sonuçlar yapısalıdır. Anket formunda Servqual ölçeğine kullanılarak oluşturulmuş sorulara yer verilmiştir. Bu amaçla 20 kişiyle pilot çalışma yapılmış ve ankette gerekli düzeltmeler yapılmış ve anketin son şekli belirlenmiştir. Anket 49 sorudan oluşmakta olup 387 kişiye uygulanmıştır.

3.1.1.Problem Durumu

Globalleşen dünyada tüm şirketler yoğun rekabet içerisindeyler. Her alanda kullanılan ve bu yoğun rekabette ayakta kalabilmek için slogan haline gelen kalite, müşterilerimizin beklenti ve ihtiyaçlarını eksiksiz ve zamanında karşılamayı sunmaktadır. Kalite standartları veya kurallarında ölçülebilen, belirlenebilen ve ifade edilebilen ürünün kalitesi, objektif kalite olarak tanımlanır.

Algılanan kalite, kişilerin kendileri için beklentilerini karşılama düzeyidir. Bu seviye kişiler arasında farklı değerlendirilir. Algılanan kalitenin kişilerin beklentileri ile tutarlı olması durumunda, bireysel tatmin üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Ancak, algılanan kalitenin kişisel beklentileri ile uyumsuzluk olması durumunda bireysel tatmin üzerinde olumsuz bir etkisi vardır.

Algılanan kalitenin objektif kaliteden farklı olması, kendisinin başlı başına bir tutum olması ile alakalıdır. Sunulanın performans alanları ile ilgilidir. Hizmet tedarikçisine göre sunulan hizmet kavramsalken alıcı için hizmet öznedir.

Bugün hava yolu taşımacılığı tüm dünyada büyük bir endüstri haline gelmiştir. Bu doğrultuda hava yolunun kişiler açısından tercih edilebilirlik düzeyi de artmıştır. Hava yolu taşımacılığının gelişen teknoloji ile birlikte sürekli kendisini yenilemesi, daha konforlu hale gelmesi, daha hızlı ve güvenli olması büyüme eğilimini giderek artırmaya devam ettirmektedir. 2003 yılı sonrasında Türkiye'de hava yolu taşımacılığı sektörünün özel hale gelmesi de ulusal ulaştırma politikalarında stratejik rekabete yol açmıştır. Özellikle maliyetlerin düşmesi yurt içinde de hava yolu taşımacılığının tercih edilmesinde önemli etken olmuştur.

Hava yolu firmaları kabin memurlarına gereken eğitimi bünyelerinde mevcut olan eğitim merkezleri yoluyla verdikleri gibi, temel eğitim sertifikasına sahip kabin memuru istihdamı yoluna da gidebilmektedirler. "Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Eğitim Programı" hava yolu firmalarına kabin görevlisi yetiştirmeyi amaçlayan bir ön lisans programıdır. Programdan başarılı bir biçimde mezun olan kursiyerler, hava yolu firmalarında istihdama dâhil edilirler. Ülkemizde hava yolu şirketlerinde istihdama dâhil olacak kabin memuru adaylarının algıladıkları eğitim doğrultusunda verecekleri hizmet, hizmetin kalitesine yön verecek bu doğrultuda da firmalarını rekabet pazarında temsil edeceklerdir. Bununla birlikte Türkiye'de kalifiye kabin memuru sayısının artırılması, yolcu memnuniyetinin sağlanması, uçuş emniyet ve güvenliğinin korunması da kabin memurlarının algıladıkları eğitimin kalitesi ile ilgili olduğundan, kabin memuru adaylarının temel eğitim algılarının araştırılması gereken konular arasındadır.

Çalışmanın Problem Cümlesi " Türkiye'de Hava yolu İşletmelerinde görev alacak kabin memurların temel eğitim öncesi beklenen ve eğitim sonrası algılanan kalite düzeyi nedir" şeklinde belirlenmiştir.

Araştırmaya ait alt problemler aşağıdaki gibidir.

1. Hava yolu İşletmelerinde görev alacak adayların kabin hizmetleri eğitimi ile ilgili yeterlilik görüşleri nelerdir?
2. Adaylara verilen eğitimin sıklığı algılanan kalitede ne kadar etkilidir?
3. Eğitim merkezi çalışanlarının tecrübe ve bilgisi algılanan kalitede ne kadar etkilidir?

4. Verilen eğitimin güncelliği algılanan kalitede ne kadar etkilidir?
5. Eğitimcilerin problem çözme yeterliklerinin algılanan kaliteye etkileri nelerdir?

3.1.3. Araştırmanın Amacı

Sivil havacılık sektöründe faaliyet gösteren milli hava yolu şirketlerinde kabin hizmetleri personelinin temel eğitim öncesi ve sonrası, beklenen ve algılanan kalitenin karşılaştırılmasıdır.

Bu çalışma; çalışan, işletme ve dolaylı olarak müşteri memnuniyetinin artırılması yönünde eğitim merkezi fiziki şartlarının, eğitim konu ve içeriklerinin bilimsel verilerden yola çıkılarak planlanmasını hedeflemektedir.

3.1.4. Araştırmanın Önemi

Tüm dünyada hava yolu işletmeciliğinin, hız, maliyet ve hizmet kalitesi bakımından diğer taşıma araçlarına göre daha konforlu ve tatmin edici olması, yolcu sayısında artışa sebep olmaktadır. Bu doğrultuda şirketler teknolojik gelişmelerin yanı sıra hizmet kalitesine de büyük yatırımlar yapmaktadır. Kabin hizmeti, sivil havacılık sektörünün en kritik bileşenlerinden biridir. Kabin hizmeti, yolcuların uçağa adım atıkları andan itibaren uçaktan indikleri ana dek süren zamanı kapsar. Bu süreçte kabin hizmetlerinin yolculara en iyi biçimde sunumu ve müşterilerin tatmini şirketlerin hassasiyet gösterdikleri bir konudur. Kabin memuru adayları istihdam öncesi eğitim aldıkları "Kabin Hizmetleri Temel Eğitim Programı"nda aldıkları kalite doğrultusunda hizmet algılarına yön vermektedir.

3.1.5. Sınırlılıklar

Bu çalışma İstanbul'da büyük ölçekli bir hava yolu işletmesinde kabin memurluğu temel eğitimi alan 387 kursiyer ile sınırlıdır.

3.2. Araştırma Güvenilirlik Çalışması

Araştırmaya ait güvenilirlik analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach's Alpha	Standartlaştırılmış Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
.983	,990	44

"Tablo 1 incelendiğinde Cronbach's Alpha güvenirlik katsayısının 0,983 olarak yüksek güvenirlikte olduğu görülmektedir.

i. Geçerlilik Çalışmaları (Faktör Analizi)

Araştırmaya ait faktör analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2. Geçerlilik Analizi Sonuçları

Kaiser-Meyer-OlkinÖrneklem Uyum Katsayısı		,973
Bartlett's	Ki Kare	24465,374
Küresellik Testi	Sd	946
	Sig.	,000
Açıklanan Varyans Yüzdesi		77,484

Tablo 2 incelendiğinde KMO değeri 0,973 olduğu görülmekte ve bu oranın faktör analizi yapmak için yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Açıklanan Toplam Varyans Yüzdesi

Faktör	Öz değerler			Elde Edilmiş Faktör Yükleri			Döndürülmüş Faktör Yükleri		
	Toplam	Toplamları		Toplam	Toplamları		Toplam	Toplamları	
		Varyans	Birikimli		Varyans	Birikimli		Varyans	Birikimli
		%	%		%	%		%	%
1	31,064	70,600	70,600	31,064	70,600	70,600	15,565	35,376	35,376
2	1,801	4,093	74,693	1,801	4,093	74,693	13,003	29,551	64,927
3	1,228	2,791	77,484	1,228	2,791	77,484	5,525	12,556	77,484
4	,965	2,193	79,676						
5	,811	1,843	81,519						

6	,747	1,699	83,218						
7	,547	1,244	84,462						
8	,526	1,195	85,657						
9	,470	1,069	86,726						
10	,429	,974	87,700						
11	,383	,869	88,569						
12	,363	,826	89,395						
13	,343	,779	90,174						
14	,299	,678	90,852						
15	,283	,642	91,494						
16	,273	,621	92,115						
17	,272	,617	92,733						
18	,241	,549	93,281						
19	,233	,530	93,811						
20	,213	,483	94,295						
21	,200	,454	94,748						
22	,188	,428	95,176						
23	,179	,407	95,584						
24	,169	,383	95,967						
25	,151	,344	96,311						
26	,146	,332	96,642						
27	,135	,307	96,949						
28	,129	,294	97,243						
29	,121	,276	97,518						
30	,113	,257	97,775						
31	,107	,243	98,018						
32	,101	,229	98,247						
33	,098	,222	98,469						
34	,091	,207	98,676						
35	,087	,198	98,874						
36	,082	,187	99,061						
37	,075	,170	99,231						

38	,063	,144	99,374					
39	,060	,136	99,510					
40	,055	,126	99,635					
41	,050	,114	99,749					
42	,042	,096	99,845					
43	,037	,085	99,930					
44	,031	,070	100,000					

Tablo 3 incelendiğinde elde edilen veriler çalışmanın geçerliliğinin yüksek olduğunu sunmaktadır.

3.3. Bulgular

3.3.1. Kursiyerlere Yönelik Demografik Bulgular

Bu bölümde kursiyerlere ait demografik bulgular yer almaktadır.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Bireylerin Cinsiyetlerine İlişkin Dağılımlar

Boyutlar	Frekans	Yüzde %
Kadın	95	24,5
Erkek	292	75,5
	387	100

"Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılanların %24,5'sinin kadın ve %75,5'inin erkek olduğu görülmektedir."

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Bireylerin Yaşlarına İlişkin Dağılımlar

Boyutlar	Frekans	Yüzde %
20-25	192	49,6
26-31	191	49,4
32-37	4	1,0
	387	100

"Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya katılanların %49,6'sının 20-25 yaşları arasında olduğu, %49,4'ünün 26-31 yaşları arasında olduğu ve yaklaşık %1,0'inin de 32-37 yaşları arasında olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Araştırmaya Katılan Bireylerin Medeni Durumlarına İlişkin Dağılımlar

Boyutlar	Frekans	Yüzde %
Bekâr	368	95,1
Evli	19	4,9
	387	100

"Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılanların %95,1'inin bekâr ve %4,9'unun evli olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılan Bireylerin Deneyim Durumlarına İlişkin Dağılımlar

Boyutlar	Frekans	Yüzde %
Deneyimli	67	17,3
Deneyimsiz	320	82,7
	387	100

"Tablo 7 incelendiğinde araştırmaya katılanların %17,3'ünün deneyimli olduğu ve %82,7'sinin de deneyimsiz olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Araştırmaya Katılan Bireylerin Eğitim Durumlarına İlişkin Dağılımlar

Boyutlar	Frekans	Yüzde %
Lise	62	16,0
Yüksekokul	68	17,6
Üniversite	243	62,8
Yüksek Lisans/Doktora	14	3,6
	387	100

"Tablo 8 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin %16'sının lise mezunu, %17,6'sının yüksekokul mezunu, %62,8'inin üniversite mezunu ve %3,6'sının da Yüksek Lisans / Doktora mezunu olduğu saptanmıştır".

Tablo 9. Beklenen ve Algılanan Hizmet Boyutları Dağılımları

Boyutlar	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Beklenen Hizmet Kalitesi	387	103,9105	12,50234	,64136
Algılanan Hizmet Kalitesi	387	104,7222	17,87801	,61094

Tablo 9'da beklenen hizmet ve algılanan hizmet sorularına ait dağılımlar gösterilmiştir.

Tablo 10. Beklenen Hizmet ve Algılanan Hizmet Arası Puanların Karşılaştırılması

Boyut	Standart Hata	Standart Sapma	$\bar{x}$	%95 Güven Aralığı		t Testi		
				Alt Sınır	ÜstSınır	t	Sd	p
BeklenenHizmet- AlgılananHizmet	,30394	5,9663	- ,86828	-1,47656	-,2600	-2,807	387	,006

"Tablo 10'da beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki farklılık ortalamalar ile incelenmiştir ve bu farklılığın anlamlı olduğu anlaşılmıştır. ($p < 0,05$) Diğer bir ifade ile beklenen hizmet puanı ile algılanan hizmet puanı arasında farklılık vardır". Farklılığın nedeninin ise algılanan hizmet kalitesinden kaynaklandığı görülmektedir.

Tablo 11. Servqual Ölçeği Beklenen ve Algılanan Hizmet Alt Boyutlarına İlişkin Ortalamalar

Boyutlar	n	Aritmetik	Standart
		Ortalama	Sapma
Fiziksel Varlıklar Beklenen	387	19,0000	2,3476
Fiziksel Varlıklar Algılanan	387	19,1146	2,13571
Organizasyon Becerisi Beklenen	387	18,6675	2,51322
Organizasyon Becerisi Algılanan	387	18,8146	2,34121
Güvenilirlik Beklenen	387	18,9793	2,41092
Güvenilirlik Algılanan	387	19,0992	2,24322
Heveslilik Karşılık Verme Beklenen	387	18,7844	2,42658
Heveslilik Karşılık Verme Algılanan	387	19,1117	2,99052
Yeterlilik Beklenen	387	28,3844	3,52488
Yeterlilik Algılanan	387	28,5535	3,33891

"Tablo 11 'de beklenen ve algılanan hizmet alt boyutlarına ilişkin ortalama ile farklar incelenmiştir. Bu boyutlara ait ortalamalar incelendiğinde algılanan hizmet ortalama puanlarının beklenen hizmet kalitesi ortalama puanlarından biraz daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin beklentilerini algılanan hizmetin karşıladığı veya daha iyi hizmet aldıklarını belirttikleri söylenebilir."

3.3.2. Değişkenler Arası İlişkilerin İncelenmesi

3.3.2.1. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Bu bölümde öncelikli olarak değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup bağımsız t testi yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 12. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	$\bar{x}$	t Testi		
				t	Sd	p
Beklenen Hizmet Kalitesi	Kadın	95	206,0787	-1,226	387	,221
	Erkek	292	209,6263			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin cinsiyetleri ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin cinsiyetleri ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 12 incelendiğinde H₀ hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin kadın veya erkek olmaları kurstan beklenen hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmaktadır."

3.3.2.2. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Bu bölümde de değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup bağımsız t testi yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 13. Kursiyerlerin Cinsiyetleri ile Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	$\bar{x}$	t Testi		
				t	Sd	p
Algılanan Hizmet Kalitesi	Kadın	95	103,3516	-1,285	387	,199
	Erkek	292	105,1895			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin cinsiyetleri ile algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin cinsiyetleri ile algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 13 incelendiğinde H₀ hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin kadın veya erkek olmaları kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmaktadır."

3.3.2.3. Kursiyerlerin Yaşları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup Anova testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 14. Kursiyerlerin Yaşları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	Sig.
Hedef	Gruplar Arası	641,247	2	320,623	,566	,569
	Gruplar İçi	207507,100	385	566,959		
	Toplam	208148,347	387			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin yaşları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin yaşları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 14 incelendiğinde H₀ hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin yaşlarının farklı olması kurstan beklenen hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

Tablo 15. Kursiyerlerin Yaşları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	Sig.
Algılanan Hizmet Kalitesi	Gruplar Arası	112,332	2	56,166	,397	,673
	Gruplar İçi	52649,604	385	141,531		
	Toplam	52761,936	387			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin yaşları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin yaşları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 15 incelendiğinde H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin yaşlarının farklı olması kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

3.3.2.4. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup bağımsız t testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 16. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	$\bar{x}$	t Testi		
				t	Sd	p
Beklenen Hizmet Kalitesi	Bekâr	368	209,0623	1,268	369	,206
	Evli	19	201,7778			

Hipotezler;

H_0 : Kursiyerlerin medeni durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Kursiyerlerin medeni durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 16 incelendiğinde H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin bekâr ya da evli olmaları kurstan beklenen hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

3.3.2.5. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup bağımsız t testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 17. Kursiyerlerin Medeni Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	$\bar{x}$	t Testi		
				t	Sd	p
Algılanan Hizmet Kalitesi	Bekâr	368	104,8579	1,092	369	,275
	Evli	19	101,7222			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin medeni durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin medeni durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 17 incelendiğinde H₀ hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin bekâr ya da evli olmaları kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

3.3.2.6. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup bağımsız t testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 18. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	$\bar{x}$	t Testi		
				t	Sd	p
Beklenen Hizmet Kalitesi	Deneyimli	67	207,5000	-,621	362	,535
	Deneyimsiz	320	209,4803			

Hipotezler;

H_0 : Kursiyerlerin deneyim durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Kursiyerlerin deneyim durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 18 incelendiğinde H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin deneyimli veya deneyimsiz olmaları kurstan beklenen hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

3.3.2.7. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup bağımsız t testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 19. Kursiyerlerin Deneyim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları

Boyut	Gruplar	N	$\bar{x}$	t Testi		
				t	Sd	p
Algılanan Hizmet Kalitesi	Deneyimli	67	104,2903	-,476	362	,634
	Deneyimsiz	320	105,0390			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin deneyim durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin deneyim durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 19 incelendiğinde H₀ hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin deneyimli veya deneyimsiz olmaları kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

3.3.2.8. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup Anova testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 20. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Beklenen Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	Sig.
Beklenen Hizmet Kalitesi	Gruplar	502,164	3	167,388	,295	,829
	Gruplar İçi	209069,543	384	568,124		
	Toplam	209571,707	387			

Hipotezler;

H₀: Kursiyerlerin eğitim durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kursiyerlerin eğitim durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 20 incelendiğinde H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir.. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin eğitim durumlarının farklı olması kursiyerlerin kurstan beklenen hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

3.3.2.9. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiye saptayabilmek için normallik ve homojenlik testleri yapılmış olup Anova testinin yapılmasının uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 21. Kursiyerlerin Eğitim Durumları ile Kurstan Algılanan Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları

		KT	Sd	KO	F	Sig.
Algılanan Hizmet Kalitesi	Gruplar	403,168	3	134,389	,952	,415
	Arası					
	Gruplar İçi	52786,666	384	141,141		
	Toplam	53189,833	387			

Hipotezler;

H_0 : Kursiyerlerin eğitim durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Kursiyerlerin eğitim durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesine ilişkin görüşler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

"Tablo 21 incelendiğinde H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile kursiyerlerin eğitim durumlarının farklı olması kursiyerlerin kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmamıştır şeklinde yorumlanabilir."

SONUÇ

İnsanlığın uçmaya duyduğu heyecan ve merak, zaman içinde birçok denemeye ve bilimsel çalışmaya yol açtı. 1900'lü yılların başında, Wilbur ve Orville Wright kardeşler ilk uçuşa kadar bu çalışmalara devam etti. Bu tarihten sonra devam eden uçuş ve hava taşımacılığı faaliyetleri, 1960'ların başında turbo jet uçaklarının sivil hava taşımacılığında kullanılmaya başlanmasına ve 1970'lerde uçan yolcu sayısında büyük bir artışa neden olmuştur. Ardından, küresel bir boyut kazanan ve tüm dünyayı etkileyen Hava yolu Deregülasyon Yasası ile, verimliliği artırmak, büyümeyi sürdürmek, ulaşım ücretlerini düşürmek ve rekabeti artırmak amacıyla sektörel serbestleşme sağlandı.

Türkiye'de 1983 yılında yürürlüğe giren Sivil Havacılık Kanunu birçok firmayı sektöre yöneltti, ancak tamamen liberal bir ortam yaratmadı. 2003 yılında alınan kararla sektörün serbestleşmesi sağlanmış ve THY dışındaki hava yolu şirketlerine iç hat uçuşlarında tarifeli olarak uçuş hakkı tanınmıştır. 2003 yılından bu yana sektör hızlı tempoda bir büyüme eğilimine girmiş ve dünyada % 5 olarak gerçekleşen sektörel büyüme oranı, ülkemizde rekor bir büyüme oranı ile % 30'a yükselmiştir. Büyüme ve serbestleşme hareketinin oluşturduğu rekabet ortamı, sektördeki işletmelerin hizmetlerine yansımış ve yolcular için yeni fırsatlara neden olmuştur.

Zeithaml'a (1988) göre kalite “üstünlük veya mükemmellik” olarak tanımlanır ve kalite “tüketicinin bir ürünün genel mükemmellik veya üstünlüğü konusundaki yargısı” olarak algılanır. Aaker (1991), algılanan kalitenin “müşterinin, alternatiflere göre amaçlanan hedefine göre ürün veya hizmetin genel kalitesini veya üstünlüğünü algılaması” olduğunu belirtmiştir. Algılanan kalite, müşterinin kendi algı ve yargılarına dayandığı için objektif kaliteden farklılık gösterirken, objektif kalite hizmet veya ürünün ölçülebilir belli özelliklerini temsil eder. Bu nedenle algılanan ürün veya hizmet kalitesi öznelidir. Bilim adamları hizmet kalitesini farklı şekillerde tanımlamışlardır. Hizmet kalitesi, Hoffman&Bateson (2008, s.319) tarafından “firma performansının uzun vadeli ve genel olarak değerlendirilmesiyle oluşturulan bir tutumdur” şeklinde belirtilmiştir.

Parasuraman, Berry ve Zeithaml (1985: 42), hizmet kalitesini “hizmet seviyesinin ne kadar iyi sağladığının müşteri beklentileri ile eşleştiğinin ölçüsü” olarak tanımlamıştır. Kaliteli hizmet sunmak, müşteri beklentilerinin tutarlı bir şekilde yerine getirilmesi anlamına gelir. Bhat (2010:640), hizmetin esas niteliği, müşterinin ihtiyaçlarına cevap vermesi gerektiğini, hizmetin müşteri beklentilerini karşılaması veya aşması gerektiğini belirtir. Oliver (1997), hizmet kalitesinin, hizmet beklentileri ve gerçek hizmet algıları arasındaki müşteri karşılaştırmaları sonucunda tanımlanabileceğini savunmaktadır. Beklentiler algı ile karşılanırsa, hizmet iyi olarak kabul edilir, beklentiler algılardan daha büyükse, hizmet kötü olarak algılanır. Algılar beklentilerden yüksekse, servis mükemmel olarak kabul edilir. Bu çalışma, beklentilerin karşılaştırılması ve eşleşmesi ile gerçek hizmet algısı temeline dayanan hizmet kalitesi tanımını kullanmaktadır.

Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Temel Eğitim Programı, öğrencilere bir kabin memurunun sahip olması gereken davranışsal özellikleri sağlamalıdır. Örneğin; problem çözme, liderlik özelliklerine sahip olma, takım çalışmasına yatkın olma, empati becerisine sahip olma, sorumluluk bilincine sahip olma vb. Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Eğitim Programı ile Kabin Görevlisi Temel Eğitimi arasındaki ilişki SHGM'nin gerekliliklerini karşılamalı ve hava yolu operasyonlarının eğitim iş yükünü azaltmalıdır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri şöyle analiz edilmiştir:

- Araştırmaya katılan bireylerin %24.5'i kadın ve %75.5'i erkek olması sebebiyle kursiyerlerin çoğunluğunun erkek olduğu anlaşılmıştır.
- Katılımcıların %49,6'sı 20-25 yaşları arasında, %49,4'ü 26-31 ve %1'i 32-37 yaşları arasındadır. Buna göre katılımcıların çoğu 26-31 yaşları arasındadır.
- Katılımcıların çoğunluğunu %95,3 ile bekâr bireyler oluşturmaktadır.
- Katılımcıların %82,7'sinin deneyimsiz olduğu anlaşılmaktadır.
- Katılımcıların %62,8'i üniversite mezunudur. Katılımcıların %3,6'sı ise yüksek lisans/doktora mezunlarından oluşmaktadır.

Değişkenler arası ilişkiler incelendiğinde ise,

- Katılımcıların cinsiyetleri ve beklenen hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasında istatistiksel bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Katılımcıların medeni durumları ile beklenen hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Katılımcıların deneyim durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.
- Katılımcıların eğitim durumları ile kurstan beklenen hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Çalışmanın beklenen ve algılanan hizmet kalitesi puanları incelendiğinde algılanan hizmet puanının daha yüksek olduğu görülmektedir. Beklenen ve algılanan hizmet alt boyutlarına ilişkin ortalama ile farklar incelendiğinde algılanan hizmetin kursiyerlerin beklentilerini karşıladığı veya daha iyi hizmet aldıklarını belirttikleri söylenebilir. Katılımcıların cinsiyetleri ile algılanan hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasındaki ilişkilerin incelendiğinde kursiyerlerin kadın veya erkek olmalarının kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların yaşları ile kurstan algılanan hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi sonucunda katılımcıların yaşlarının farklı olması kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmıştır. Katılımcıların medeni durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi sonucunda kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmıştır. Katılımcıların deneyim durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi sonucunda kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmıştır. Katılımcıların eğitim durumları ile kurstan algılanan hizmet kalitesi hakkındaki görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi sonucunda kursiyerlerin eğitim durumlarının farklı olması kursiyerlerin kurstan algılanan hizmet kalitesi üzerindeki düşüncelerine ait farklılığa neden olmadığı anlaşılmıştır.

Karaaslan (2014), yaptığı çalışma sonucuna göre sivil havacılık kabin hizmetleri eğitim programlarında verilen eğitimlerin henüz istenilen kaliteye ulaşmadığını, meslek okullarında verilen eğitim hizmetlerinin kontrolsüz olduğunu belirlemiştir. Buna göre verilen hizmetin istenilen kaliteye ulaşmamasının sebebi kontrolsüz eğitim hizmetleri ile ilişkilendirilebilir.

Akpur (2017), "Düşük Maliyetli Hava yolu Şirketlerinde Kabin Hizmetleri Kalite Algısı Ve Bir Uygulama Örneği" isimli çalışmasının sonuçlarına göre hizmet kalitesinin boyutları birbirlerini pozitif yönlü etkilemektedir ve gelir, yaş, eğitim durumu gibi demografik özellikler hizmet kalite algısını değiştirmemektedir. Uçak içi hizmetlerde kişiselleştirme imkânı farklı demografik özelliklerde kişilerin kalite algısının benzer seviyede çıkmasına neden olmaktadır.

Araştırma Türkiye'de hizmet veren bir sivil havacılık eğitim kurumu kursiyerlerine uygulanmış ve kalite hizmetleri yeterliliği üzerine inceleme yapılmıştır. Araştırma benzer destinasyona uygun diğer eğitim kurumlarınca yapıldığı takdirde kişiselleştirilmiş hizmet algısı farklı kurumlar arasında da incelenebilecektir. Eğitim kurumlarının denetim ve kontrolü hizmet kalitesinde farklılığa yol açabilecektir. Bunun dışında yapılan çalışmanın sonuçları diğer çalışma değişkenleri ile farklılık göstermemektedir. Sonuç olarak, hava yolu şirketlerinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için önemli bir unsur olan Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Temel Eğitim Programında beklenen ve algılanan kalite düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D.A. *Managing Brand Equity : Capitilazing On The Value Of A Brand Name*, Newyork, The Free Pres, 1991.
- Ağraz, S. *Hava yolu İşletmelerinin İstihdama Katkısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, 2006.
- Aktunç, İ. *Kabin Memuru Tanımı*. Türk Hava Yolları Uçuş Eğitim Başkanlığı Cabin Interphone Dergisi, 1, 2013, 9-10.
- Alford, B.L. And Daniel Sherrell. *The Role Of Affect İn Consumer Satisfaction Judgments Of Credence-Based Services*. Journal Of Business Research, 1996, 37: 71-84.
- Andreassen, W.T., Lindestad, B. *Customer Loyalty And Complex Services: The Impact Of Corporate Image On Quality, Customer Satisfaction And Loyalty For Customers With Varying Degrees Of Service Expertise*, International Journal Of Service Industry Management, Vol.9, No.1, 1998, 7-23.
- Ardıç, K. Ve A. Güler, *Reklamlarda Vurgulanan Ürün Ve Hizmet Kalite Boyutlarının Belirlenmesi Ve Bir Uygulama*, Pazarlama Dünyası, Cilt. 2000. Pp. 18 – 23.
- Aronson E., Wilson T. Ve Akert R. *Social Psychology Eighth Edition*, 2013, https://www.academia.edu/34596742/Aronson_-_Social_Psychology_8th_Edition_C2013.Pdf, Erişim Tarihi: 02.04.2019.
- Başarır, Ö. *Algılanan Marka İmajının Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi Ve Kozmetik Sektöründe Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Anabilim Dalı, İstanbul, 2009.
- Beaumont, N. And Sohal, A. *Quality Management İn Australian Service Industries. Benchmarking: An International Journal*, 6(2), 1999, 107-124.

- Bhuian, S.N. *Marketing Cues And Perceived Quality, Perceptions Of Saudi Consumers Toward Products Of The U.S., Japan, Germany, Italy, U.K. And France*, Journal Of Quality Management, Vol.2, No.2, 1997.
- Bloemer, J. , Ruyter K.,And Martin Wetzels. *Customer Loyalty In A Service Setting*, In E –European Advances In Consumer Research Volume 3, Eds. Basil G. Englis And Anna Olofsson, Provo, Ut : Association For Consumer Research,1998, Pages: 162-169.
- Bolcu, T. *Havacılık Çalışanlarının Yönetimi El Kitabı*. Ankara: Katalog Yayıncılık, 2008.
- Campanella. J. *Principles of Quality Costs*. ASQ Quality Press. ISBN 0-87389-443-X. 1999, 4-15, 21-30
- Cooper, J. & Fisher, M.,eds. *Software Acquisition Capability Maturity Model (SA-CMM) Version 1.03* (CMU/SEI-2002-TR-010, ADA399794). Pittsburgh, PA: Software Engineering Institute, Carnegie Mellon University, 2002.<http://www.sei.cmu.edu/publications/documents/02.reports/02tr010.html>, Erişim Tarihi: 04.04.2019.
- Crosby, P.B, *Quality Is Free: The Art Of Making Quality Certain*, New American Library, New York, Ny, 1979.
- Çiçekçioğlu, N. *Hizmet Sektöründe Havacılık Uygulamaları: Teori, Pratik Ve Değerlendirme*. Bursa: Ulus Yayın Dağıtım A.Ş, 2003.
- Darsono, Liden I. & Junaedi, C. Marlina, *An Examination Of Perceived Quality, Satisfaction And Loyalty Relationship*. Gadjah Mada International Journal Of Business September- December. Vol.8, No.3,2006, Pp. 323-342.
- Eggert, A. Ve Ulaga, W. *Customer Perceived Value: A Substitute For Satisfaction In Business Markets* ,Journal Of Business & Industrial Marketing, Vol. 17 No. 2/3,2002, Ss. 107-118.
- Erdil, T. S. Ve Uzun, Y. *Marka Olmak*. Beta Yayınları, İstanbul, 2009.

- Evans, J. R. & W. M. Lindsay. *The Management and Control of Quality*. 4th. ed. Thompson: South-West. 72-101, 405, 1999, 420-423
- Fenton, N. E. & Whitty, R.. —Introduction, 1-19. *Software Quality Assurance and Measurement, A Worldwide Perspective*, Norman Fenton, Robin Whitty, & Yoshinori Iizuka, ed. London: International Thomson Computer Press, 1995.
- Fırat, L. *Hizmet Sektörü ve Havacılık*. İstanbul: Kurşun Kalem Basım Yayım, 2003.
- Garvin, D.A. *What Does Product Quality Really Mean?* Sloan Management Review, 1984, Pp.25-43.
- Garvin, D.A. *Managing Quality*, The Free Press, New York, Ny, 1988.
- Gençoğlu, T. *Sivil Havacılıkta Kabin Ekipleri Çalışma Rehberi*. Ankara: SHGM Yayını, 2012.
- Hanna, N. And Wozniak R. *Consumer Behavior An Applied approach*, New Jersey, Prentice-Hall Inc, 2001.
- Işıkcı, S.O. *Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Eğitimi Alan Bireylerin Sektörel Anlamdaki Örgütsel Çekicilik Algısı*, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018.
- Izabela L. Sandvik , Dale F. Duhan & Sandvik K. *Innovativeness And Profitability: An Empirical Investigation In The Norwegian Hotel Industry*, 1996, File:///C:/Users/Taha/Downloads/Sandvik2014cornellhospitalityquarterly.Pdf, Erişim Tarihi: 16.04.2019.
- Karaarslan E. *Hava yolu Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma: Kabin Hizmetlerinin Müşteri Tercihlerine Etkisi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2014.
- Karafakıoğlu M. *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*, İstanbul, İşletme Fakültesi Yayın No:271, 1998.

- Kenett, R. S. And Emanuel R. *Software Process Quality: Management and Control*. New York: Marcel Dekker, 1999.
- Koc, E., *Tüketici Davranışı Ve Pazarlama Stratejileri*, Global Ve Yerel Yaklaşım, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2007.
- Koçel T., *İşletme Yöneticiliği Yönetici Geliştirme, Organizasyon Ve Davranış*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, 1989.
- Kutlu, H. A. *Kaliteyi Algılamadaki Farklılıklar Üzerine Kafkas Öğrencileri Arasında Bir Araştırma*". İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt.21, Sayı.1, 2007.
- Mattila, A. S. *Emotional Bonding And Restaurant Loyalty*. The Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly, 42(6), 2001,73–79.
- Mcdougall, G.,& Levesque, T. *Customer Satisfaction With Services: Putting Perceived Value Into The Equation*. Journal Of Services Marketing, 14(5), 2000, 392–410.
- Mentzer, J.T.,De Witt W., James S. Keebler, Soonhong Min, Nancy W. Nix, Carlo D. Smith & Zach G. Zacharia. 2001. *Defining Supply Chain Management*. Retrieved from, http://www.aui.ma/personal/~A.Berrado/MGT5309/DEFINING%20SUPPLYCHAIN%20MANAGEMENT_Metzner%20et%20al.%202001.pdf. Erişim Tarihi: 05.04.2019.
- Moliner, M. A., Sanchez, J., Rodriguez, R. M. & Callarisa, Luis *Perceived Relationship Quality And Post- Purchase Perceived Value: An Integrative Framework*. European Journal Of Marketing, Vol. 41,2007, Pp. 1392- 1422.
- Mucuk İ. *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitabevi, 11. Baskı, İstanbul, 2001.
- Odabaşı Y. Ve Gülfidan B., *Tüketici Davranışı*, 3. Baskı, Mediacat, 2003.
- Ojasalo, J. *Quality For The Individual And For The Company In The Business-To-Business Market: Concepts And Empirical Findings On Trade-Offs*,

International Journal Of Quality & Reliability Management, Vol. 23 No. 2, 2006, Pp. 162-78.

Okumuş, A. *Tüketicilerin Fiyat Algılaması Üzerinde Etkili Olan Sosyo-Demografik Özellikler İle Fiyata Yönelik Algılamaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Doktora Tezi, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2003.

Oliver, R.L. *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*, Mcgraw-Hill, New York, Ny, 1997.

Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., Ve Berry, L. L. *Servqual: A Multi Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. Journal Of Retailing, 64(11), 1988, 12-37.

Price L.L, E.J Arnould And P. Tierney. *Going To Extremes: Managing Service Encounters And Assessing Provider Performance*. Journal Of Marketing, 59 (April), 1995, 83-97.

Reeves, C.A. And Bednar, D.A. *Defining Quality: Alternatives An dImplications*. Academy Of Management Review, Vol. 19 No. 3,1994, Pp. 419-45.

Rust, R. T., Inman J. J., Jia J Ve Zahorik A. *What You Don't Know About Customer-Perceived Quality: The Role Of Customer Expectation Distribution*, Marketing Science, 1999, 18.1, 77-93

Saldıraner Y. *Sivil Havacılık Faaliyetleri Ve Türk Sivil Havacılık Otoritesi İçin Organizasyon Yapısı Ve Önerisi*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Meslek Yüksek Okulu Yayınları, No: 4, 1992.

Saydam A. *Algılama Yönetimi*, Rota Yay., İstanbul, 2005.

Schilling. M. A. *Strategic Management of Technological Innovation*. 4th. ed. New York: McGraw-Hills. ISBN 978-0-07-802923-3, 2013.

Seawright, K. W., & Young, S. T. (1996). *A Quality Definition Continuum*. Interfaces, 1996, 26 (3), 107 - 113.

- Sebastianelli T. N. *How Product Quality Dimensions Relate To Defining Quality*. International Journal Of Quality & Reliability Management. 2002, 19(4): P. 442-453.
- Stupak R. J. *Perception Management: An Active Strategy For Marketing And Delivering Academic Excellence, Business Sophistication, And Communication Successes*, Public Administration & Management: An Interactive Journal, 2000.
- Sousa, R.,& Voss, C. A. *Quality Management Re-Visited: A Reflective Review And Agenda For Future Research*. Journal Of Operations Management, 2002, 20(1), 91–109.
- Thomas, W. D. *Flight Attendant*. New York: Gareth Stevens Publishing, 2009.
- Tosun, N. B. *Kurumsal Kimliğin Marka Yaratma Sürecindeki İşlevi*. TCMÜ, SBE Hakemli Öneri Dergisi.2008, 8.29, 132-133.
- Tuchman, B.W. *The Decline Of Quality*. New York Times Magazine (November 2), 1980, 38-41, 104.
- Uyar T. *Havacılık Sektöründe Krizle Mücadele Yöntemi Olarak Tasarım*, 4. Ulusal Tasarım Kongresi, İstanbul, 2009.
- Wensveen, J. Air Transportation,https://Aeroknowledge77.Files.Wordpress.Com/2011/09/Air_Transportation__A_Management_Perspective1.Pdf, Erişim Tarihi:26.03.2019.
- Yelkenci, M., *Sivil Havacılık Eğitim Süreçleri*, SHGM Yayını, 2006.
- Yu, C.-Ming J. & Wu, Lei-Yu & Chiao, Yu-Ching&Tai, Hsing-Shia .*Perceived Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: The Case Of Lexus In Taiwan*, Vol. 16, No. 6, 2005, Pp. 707-719.

Yoo, B.,Donthu, N. And Lee, S, *An Examination Of Selected Marketing Mix Elements And Brand Equity*, Journal Of The Academy Of Marketing Science, Vol:28, No:2, 2000.

Yıldırım V. *Genel İşletmecilik* (I-II), Değişim Yayınları, Adapazarı, 2000.

Zeithaml, V. A. *Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence*. Journal Of Marketing, 1988, 52(3), 2-22.

Zu, X. ;Douglas, T. J. ; Fredendall, L. D. *The Evolving Theory Of Quality Management: The Role Of Six Sigma*, Journal Of Operations Management 26, 2008, Pp.6

Zulganef. *The Existence Of Overall Satisfaction In Service Customer Relationship*. Gadjah Mada International Journal Of Business. Vol.8, No.3,2006, Pp. 301-321.

EKLER

EK 1: İzin Belgeleri



BEYKENT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ

15.01.2019

Enstitümüz İşletme Yönetimi Anabilim Dalı İşletme Yönetimi (tezli) programı öğrencisi **Rana NARİNOĞLU**'nun "**Havayolu İşletmelerinde Verilen Kabin Hizmetleri Temel Eğitime İlişkin Beklenen ve Algılanan Kalite Düzeylerinin Karşılaştırılması: Türkiye Örneği**" konulu tezine anket çalışması yapması Etik Kurulumuzca uygun görülmüştür.

ETİK KURUL ÜYELERİ

Prof. Dr. Akile Reşide GÜRSOY
BAŞKAN

Prof. Dr. Turgut ÖZKAN
ÜYE

Prof. Dr. Şehit SARI
ÜYE

Prof. Dr. Cenk DEMİRKIRAN
ÜYE

Prof. Dr. Tekin MİZMİŞ
ÜYE

Prof. Dr. Ali Vahit TURHAN
ÜYE

Prof. Dr. Oğuz MAKAL
ÜYE

Prof. Dr. Nihal KÜÇÜKSAVAŞ
ÜYE

Prof. Dr. Erdoğan TAŞKIN
ÜYE

Beşkent Üniversitesi İletişim Hattı: 444 1997 - 0850 340 34 34 - www.beykent.edu.tr

Ayazağa-Maslak Yerleşkesi: Ayazağa Mahallesi Hacım Kuru Yolu Cad. No: 19, Sarıyer 34396 İstanbul / Faks: (0212) 289 64 90
Beylikdüzü Yerleşkesi: Cumhuriyet Mah. Gülpınar Yolu Cad. No: 3/A, Beşkent Sitesi, Büyükdere 34390 İstanbul / Faks: (0212) 867 55 68
Taksim Yerleşkesi: Sırsahibi Cad. No: 65, Taksim, Beşiktaş 34437 İstanbul / Faks: (0212) 243 02 78 - info@beykent.edu.tr

08.01.2019

BEYKENT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE,

Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı İşletme Yönetimi Bilim Dalında hazırlamakta olduğum tez çalışmam kapsamında uygulayacağım anketin gerçekleştirilebilmesi için ilgili kurumdan (Türk Hava Yolları – Uçuş Eğitim Başkanlığı Kabin Eğitim Müdürlüğü) izin alınması hususunda gerekli girişimlerin yapılmasını saygılarımla arz ederim.

Rana Narinoğlu
105745091





T.C.
BEYKENTÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ANKET ONAY FORMU

18/01/2019...

T.C. BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

ÖĞRENCİNİN

ADISOYADI : Rana Narinoglu.....

NUMARASI : 105745081.....

TEL/ E-MAIL : 5053977210 / rananarinoglu@hotmail.com...

ANABİLİM DALI : İşletme Yönetimi.....

BİLİMDALI : İşletme Yönetimi.....

PROJE / TEZ KONUSU :Havayolu İşletmelerinde Verilen Kabin Hizmetleri Temel Eğitimine İlişkin Beklenen ve Algılanan Kalite Düzeylerinin Karşılaştırılması: Türkiye Örneği.....

ANKETİN UYGULANACAĞI KURUMLAR :

.....Türk Hava Yolları.....

Anketin gerçekleştirilebilmesi için ilgili kurumdan izin alınması hususunda gerekli girişimlerin yapılmasını saygılarımla arz ederim.

UYGUNDUR

Danışmanın
Adı Soyadı/İmzası

Dr. Öğr. Üyesi
Gül Yılmaz Günen Yenilmez

EK:

- 1- Başvuru Dilekçesi (Öğrenci İslak İmzası)
- 2- Anket Onay Formu (Danışman ve Öğrenci İslak İmzası)
- 3- Anket Örneği (2 Adet)
- 4- Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu

Öğrencinin
Adı Soyadı/İmzası

Rana Narinoglu

ETİK KURUL İŞLEMLERİ İÇİN GEREKLİ EKLER:

- 5- Taahhütname (Sağlık Bakanlığına bağlı ise)
- 6- Dilekçe Taslağı (Sağlık Bakanlığına bağlı ise)
- 7- Ön Proje Detay Formu (Sağlık Bakanlığına bağlı ise)

BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ ONAM FORMU

Sizi Rana Narinoğlu tarafından yürütülen "Havayolu İşletmelerinde Verilen Kabin Hizmetleri Temel Eğitime İlişkin Beklenen ve Algılanan Kalite Düzeylerinin Karşılaştırılması:Türkiye Örneği" başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı, sivil havacılık sektöründe faaliyet gösteren milli havayolu şirketlerinde kabin hizmetleri personelinin temel eğitim öncesi ve sonrası, beklenen ve algılanan kalitenin karşılaştırılmasıdır. Bu çalışma; çalışan, işletme ve dolaylı olarak müşteri memnuniyetinin artırılması yönünde eğitim konu ve içeriklerinin bilimsel verilerden yola çıkılarak planlanmasına hedeflemektedir. Sivil havacılık sektöründe işletmelerin başarılı olabilmeleri için çalışanların bilgi, beceri ve davranışlarını geliştirerek, hem çalışan hem de işletme açısından güçlenme ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasında eğitmen ve kursiyer beklentileri ve algılanan kalite, havayolu işletmelerinde kabin ekibi eğitimleri noktasından incelenecektir. Bunun için de alan araştırması yöntemlerinden anket çalışması yapılacak ve veriler analiz edilecektir.

Örnekleme İstanbul'da faaliyet gösteren Havayolu şirketlerinde Kabin Hizmetleri alanında eğitim alan kursiyerlerden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş 500 kursiyer olacaktır. Araştırmada sizden tahminen 5 dk. ayırmanız istenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda tahminen 499 kişi katılacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır; ancak verileriniz yayın amacı ile kullanılabilir. İletişim bilgileriniz ise sadece izminize bağlı olarak ve farklı araştırmacıların sizinle iletişime geçebilmesi için "ortak katılımcı havuzuna" aktarılabilir. Eğer araştırmanın amacı ile ilgili verilen bu bilgiler dışında şimdi veya sonra daha fazla bilgiye ihtiyac duyarsanız araştırmacıya şimdi sorabilir veya rananarinoglu@hotmail.com e-posta adresi ve 5053977210 numaralı telefondan ulaşabilirsiniz. Araştırma tamamlandığında genel/size özel sonuçların sizinle paylaşılmasını istiyorsanız lütfen araştırmacıya iletiniz.

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı/araştırmacılar tarafından yapıldı. Bana, çalışmanın muhtemel riskleri ve faydaları sözlü olarak da anlatıldı. Kişisel bilgilerimin özenle korunacağı konusunda yeterli güven verildi.

Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiç bir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının 1;

Adı-Soyadı:.....

İmzası: İletişim Bilgileri: e-posta:

Telefon:

İletişim bilgilerimin diğer araştırmacıların benimle iletişime geçebilmesi için "ortak araştırma havuzuna" aktarılmasını; ☐ kabul ediyorum ☐ kabul etmiyorum (lütfen uygun seçeneği işaretleyiniz)

Yerel yetki veya Vasiyet Altında Bulunanlar İçin:

Veli veya Vasisinin

Adı-Soyadı: Rana Narinoğlu

İmzası:

Araştırmacının

EK 2: Anket Formu

KURSIYER MEMNUNİYET ANKETİ

Bu araştırmanın amacı eğitim aldığınız hava yolu işletmesinde verilen mesleki eğitim hizmetinin, beklentileriniz ile eğitim hizmeti sonrası algılanan niteliklerinin uyum içinde olup olmadığını ortaya koymaktır.

Anketimiz iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde eğitim almadan önceki beklentilerinizle ilgili sorular, ikinci bölümde ise eğitim aldıktan sonraki algılarınızla ilgili sorular yer almaktadır. Tüm veriler toplu olarak değerlendirilecektir. Anketimiz sadece 5 dakikanızı alacaktır. Bilimsel bir çalışmaya katkılarınızı esirgemeyeceğinizi umuyor, ilginize şimdiden teşekkür ediyoruz.

Dr.Öğr. Üyesi Gül Nihan GÜVEN YEŞİLDAĞ, Rana Narinoğlu

1. Yaşınız

20-25 ☐ 26-31 ☐ 32-37 ☐ 38 ve üstü ☐

2. Cinsiyetiniz

Kadın ☐ Erkek ☐

3. Medeni Durumunuz

Bekar ☐ Evli ☐

4. Eğitim Durumunuz

Lise ☐ Yüksekokul ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans/Doktora ☐

5. Deneyim Durumunuz

Deneyimli ☐ Deneyimsiz ☐

BEKLENEN HİZMET KALİTESİ

Her bir ifadeye ilişkin görüşlerinizi Kesinlikle Katılmıyorum'dan, Kesinlikle Katılıyorum'a kadar ilgili yere (x) işareti yazarak belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
6	Eğitim merkezinin fiziki ortamının düzgün, temiz ve düzenli olması					
7	Fiziki ortamların ders yapmaya uygun olması					
8	Derslerde kullanılan eğitim materyallerinin yeterliliği					
9	Eğitim merkezi çalışanlarının düzgün, temiz ve bakımlı olmaları					
10	Eğitim süreci ile ilgili bilgilerin kursiyerlere zamanında verilmesi					
11	Eğitim merkezinin, kursiyerlerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözebilmesi					
12	Eğitim merkezi çalışanlarının kursiyerlere gereken saygı ve ilgiyi göstermesi					

13	Eğitim merkezi çalışanlarının kursiyer istek ve ihtiyaçlarını anlaması					
14	Kursiyerlerle ilgili kayıtların hatasız tutulması					
15	Kursiyerlerin kişisel kayıtlarında gizliliğin ön planda tutulması					
16	Kursiyerlerin meslekte başarılı olmak için aldıkları eğitime güvenmeleri					
17	Derslerin ders programına uygun olarak yapılması					
18	Kursiyerlere verilen hizmetlerin, bekletmeden hızlı bir şekilde verilmesi					
19	Eğitim merkezi çalışanlarının kursiyerlere hizmet etmeye istekli olması					
20	Eğitim merkezi çalışanlarının kursiyerlere zaman ayıramayacak kadar yoğun olmaması					
21	Derslerin zamanında yapılması					
22	Eğitim merkezi çalışanlarının yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olması					
23	Öğretmenlerin konularında uzman ve bilgili olması					
24	Öğretmenlerin ders anlatım konusundaki hitabet becerisinin yeterliliği					
25	Öğretmenlerin kursiyerlerle iletişim becerisinin yeterliliği					
26	Derslerde edinilen teorik bilginin uygulamayla pekiştirilme yeterliliği					
27	Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örneklerin güncelliği ve yeterliliği					

ALGILANAN HİZMET KALİTESİ

Her bir ifadeye ilişkin görüşlerinizi Kesinlikle Katılmıyorum'dan, Kesinlikle Katılıyorum'a kadar ilgili yere (x) işareti yazarak belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
28	Eğitim merkezinin fiziki ortamını düzgün, temiz ve düzenliydi					
29	Fiziki ortamlar ders yapmaya uygundu					
30	Derslerde kullanılan eğitim materyalleri yeterliydi					
31	Eğitim merkezi çalışanları düzgün, temiz ve bakımlıydı					
32	Eğitim süreci ile ilgili bilgiler kursiyerlere zamanında verildi					

33	Eğitim merkezi, kursiyerlerin karşılaştıkları problemleri hızlı bir şekilde çözdü					
34	Eğitim merkezi çalışanları kursiyerlere gereken saygı ve ilgiyi gösterdiler					
35	Eğitim merkezi çalışanları kursiyer istek ve ihtiyaçlarını anlıyordu					
36	Kursiyerlerle ilgili kayıtlar hatasız tutuluyordu					
37	Kursiyerlerin kişisel kayıtlarında gizlilik ön planda tutuldu					
38	Kursiyerler meslekte başarılı olmak için aldıkları eğitime güveniyorlar					
39	Dersler ders programına uygun olarak yapıldı					
40	Kursiyerlere verilen hizmetler, bekletmeden hızlı bir şekilde verildi					
41	Eğitim merkezi çalışanları kursiyerlere hizmet etmeye istekliydiler					
42	Eğitim merkezi çalışanları kursiyerlere zaman ayırabilecek yoğunluktaydılar					
43	Dersler zamanında yapıldı					
44	Eğitim merkezi çalışanları yeterli bilgi ve tecrübeye sahiptiler					
45	Öğretmenler konularında uzman ve bilgiliydiler					
46	Öğretmenlerin ders anlatım konusundaki hitabet becerisi yeterliydi					
47	Öğretmenlerin kursiyerlerle iletişim becerisi yeterliydi					
48	Derslerde edinilen teorik bilgi uygulamalarla pekiştirildi					
49	Öğretmenlerin ders esnasında verdikleri örnekler güncel ve yeterliydi					

ÖZGEÇMİŞ

Rana Narinoğlu, 4 Haziran 1969 tarihi, Zonguldak ili Ereğli ilçesi doğumludur. İlk, Orta ve Lise öğrenimini İstanbul'da tamamladıktan sonra, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümü'nden 1991 yılında mezun oldu. Aynı yıl Bosphorus Havayollarında, 1993 yılında ise Türk Hava Yolları'nda kabin memuru olarak çalışmaya başladı. 2007'de Türk Hava yolları Uçuş Eğitim Başkanlığında eğitmen olarak ek görev aldı. 2009 yılından itibaren kabin memurluğu görevinden ayrıldı ve eğitmen olarak, emekli olduğu 2014 senesine kadar görev yaptı. Bu tarihten itibaren 2018 yılına kadar Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Programında Öğretim Görevlisi olarak çalıştı. 2015 yılında, Beykent Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başladı. Halen Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Havacılık Yönetimi 3. Sınıf öğrencisidir. Özel ilgi alanı, işletme yönetimi, insan kaynakları, çalışma sosyolojisi ve örgütsel davranıştır. Yabancı dili İngilizce olup, evli ve üç çocuk annesidir.