



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**HAVAYOLU İŞLETMELERİ
MİSAFİRPERVERLİĞİNİN KABİN EKİBİNİN EV
SAHİPLİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİNE
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Songül ASLAN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. R. Pars ŞAHBAZ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ
ANABİLİM DALI
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ BİLİM
DALI**

TEMMUZ 2022



**HAVAYOLU İŞLETMELERİ MİSAFİRPERVERLİĞİNİN
KABİN EKİBİNİN EV SAHİPLİĞİ AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Songül ASLAN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM
DALI
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ BİLİM
DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2022

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Songül ASLAN

29.07.2022

HAVAYOLU İŞLETMELERİ MİSAFİRPERVERLİĞİNİN KABİN EKİBİNİN EV
SAHİPLİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA
(Yüksek Lisans)

Songül ASLAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2022

ÖZET

Bu çalışmada havayolu misafirperverliğinin kabin ekibi ev sahipliği perspektifinden incelenmesi amacıyla havayolu ulaşımını kullanan yolcuların demografik özellikleri ile kabin ekibi misafirperverliği boyutları arasındaki farklılıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle havayolu ulaştırması ve havayolu işletmeleri ürünü, misafirperverlik ve ev sahipliği kavramları, kabin ekibi kavramları hakkında literatür taraması yapılmıştır. Havayolu misafirperverlik ölçeğine uygun anket formu hazırlanmış ve fark analizleri yapılarak hipotezler test edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda özellikle havayolu misafirperverliğini sunan kabin ekibinin nezaket, sosyalleşme, konfor boyutlarının yolcular üzerinde önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Bilim Kodu : 116905
Anahtar Kelimeler : Misafirperverlik, Havayolu Misafirperverliği, Kabin Ekibi Ev Sahipliği
Sayfa Adedi : 105
Tez Danışmanı : Prof. Dr. R. Pars ŞAHBAZ

A STUDY ON THE EVALUATION OF AIRLINES HOSPITALITY IN TERMS OF HOST
OF CABIN CREW
(M.Sc. Thesis)

Songül ASLAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

July 2022

ABSTRACT

In this study, in order to examine airline hospitality from the perspective of cabin crew hosting, the differences between demographic characteristics of passengers using airline transportation and cabin crew hospitality dimensions were examined. Within the scope of the research, first of all, a literature review was conducted on the concepts of airlines transportation and airline product, the concepts of hospitality and hosting, and cabin crew. A questionnaire was prepared in accordance with the airline hospitality scale and hypotheses were tested by performing difference analyzes. In line with the findings obtained in the study, it was concluded that the courtesy, socialization and comfort dimensions of the cabin crew, especially offering airline hospitality, are important on passengers.

Science Code : 116905
Key Words : Hospitality, Airline Hospitality, Cabin Crew hosting
Page Number : 105
Supervisor : Prof.Dr. R.Pars ŞAHBAZ

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın tamamlanma sürecinin her aşamasında yardımlarını esirgemeyen akademik birikimi ve deneyimleriyle bana yol gösteren ve tez konumun belirlenmesinden tezin bitimine kadar benden her türlü desteğini ve sabrını esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. R. Pars ŞAHBAZ'a teşekkürlerimi sunmaktan onur duyarım.

İyi ve kötü günümde ne olursa olsun benden desteklerini esirgemeyen ve bana güvenmeyi asla bırakmayan sevgili aileme; özellikle annem İnsaf ASLAN'a, tez sürecim boyunca yardımlarını esirgemeyen kıymetli çalışma arkadaşlarım Öğr. Gör. Ebru ERSOY'a, Öğr. Gör. Ali Davut ALKAN'a, Öğr. Gör. Ali ÖLMEZ'e, Arş. Gör. Gülşen ÇAVUŞ'a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLoların LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR	xii
1. GİRİŞ	1
2. HAVAYOLU ULAŞTIRMASI VE HAVAYOLU İŞLETMELERİ ÜRÜNÜ	5
2.1. Havayolu Ulaştırması ve Gelişimi.....	5
2.2. Havayolu Taşımacılığı İşletmeleri.....	10
2.2.1. Genel Havacılık İşletmeleri	10
2.2.2. Balon İşletmesi Zirai İşletme.....	11
2.2.3. Hava Taksi İşletmeleri.....	11
2.2.4. Havayolu İşletmeleri.....	12
2.3. Havayolu İşletmelerinin Sınıflandırılması.....	13
2.4. Havayolu İşletmelerinin Havayolu İş Modeline Göre Sınıflandırılması.....	15
2.4.1. Geleneksel Havayolu İşletmeleri	17
2.4.2. Düşük Maliyetli Havayolu İşletmeleri.....	18
2.4.3. Charter (Tarifersiz) Havayolu İşletmeleri.....	19
2.4.4. Bölgesel Havayolu İşletmeleri.....	20
2.4.5. Sadece Kargo Taşıyan Havayolu İşletmeleri.....	20
2.5. Havayolu İşletmelerinin Etkileri.....	21
2.5.1. Havayolu İşletmelerinin Ekonomik Etkileri.....	22
2.5.2. Havayolu İşletmelerinin Sosyal Etkileri	28

2.5.3. Havayolu İşletmelerinin Teknolojik Etkileri	29
2.6. Havayolu İşletmeleri Ürünü	30
2.6.1. Uçuş ile ilgili hizmetler	31
2.6.1.1. Kabin tasarımları ve hizmet sınıfları	31
2.6.1.2. Tarife planlama ve uçuş ağı yapısı	32
2.6.1.3. Zamanında kalkış ve zamanında varış	32
2.6.2. Müşteri Hizmetleriyle İlgili Hizmetler	33
2.6.2.1. Havayolu işletmeleri ürün ve hizmet satış noktası hizmetleri	33
2.6.2.2. Rezervasyon hizmetleri	34
2.6.2.3. Havaalanı hizmetleri	34
2.6.2.4. Kabin içi hizmetler	34
3. MİSAFİRPERVERLİK VE EV SAHİPLİĞİ	39
3.1. Misafirperverlik Kavramı	39
3.2. Ev Sahipliği Kavramı	40
3.3. Anadolu'da Misafirperverlik	42
3.4. Misafir Memnuniyeti Kavramı	43
3.5. Misafir Memnuniyetinin Önemi	44
3.6. Misafir Memnuniyetini Etkileyen Faktörler	44
3.6.1. Hizmet Kalitesi	45
3.6.2. Beklentiler	45
3.6.3. Fiyat	46
3.6.4. Kültür	46
3.6.5. Performans	46
3.6.5.1. Nezaket	47
3.6.5.2. Takdir	47
3.6.5.3. Sosyalleşme	48

3.6.5.4. Konfor.....	48
4. KABİN EKİBİ EV SAHİPLİĞİ.....	51
4.1. Kabin Ekibi ve Kabin Hizmetleri	51
4.1.1. Kabin Ekibi Tanımı	51
4.1.2. Kabin Ekibi Oluşturulma Şartları	52
4.2. Kabin Ekiplerinin Eğitimi ve Sertifikalandırılması.....	53
4.3. Kabin Ekibinin Görevleri	54
4.3.1. Uçuş Öncesi Görev ve Sorumlulukları	54
4.3.2. Uçuş Esnasında Görev ve Sorumlulukları.....	56
4.3.3. Uçuş Sonrası Görev ve Sorumlulukları	58
4.4. Kabin Ekiplerinin Çalışma Koşulları.....	59
4.4.1. Kabin Ekiplerinin Çalışma Koşullarının Psikolojik ve Fizyolojik Etkileri	60
4.5. Kabin Ekiplerinin Organizasyondaki Yeri ve Önemi.....	61
4.6. Kabin Ekiplerinin Operasyondaki Yeri ve Önemi	62
4.7. Kabin Ekiplerinden Beklenenler.....	63
4.8. Kabin Ekibi Ev Sahipliği ve Havayolu Misafirperverliği İlişkisi	63
5. YÖNTEM.....	67
5.1. Araştırmanın Amacı.....	67
5.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri	67
5.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	68
5.4. Anket Oluşturma ve Veri Toplama Tekniği	69
5.5. Araştırma Verilerinin Analizi	70
5.6. Bulgular	70
5.6.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular.....	71
5.6.2. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Bulgular	73

Sayfa

5.6.3. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları.....	73
5.6.4. Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları.....	74
5.6.5. Katılımcıların Öğrenim Durumuna Göre Farklılık Analiz Bulguları...	75
5.6.6. Katılımcıların Mesleklerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	76
5.6.7. Katılımcıların Gelirine Göre Farklılık Analiz Bulguları	77
5.6.8. Katılımcıların Medeni Haline Göre Farklılık Analiz Bulguları	77
5.6.9. Katılımcıların Havayolu İşletmesi Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	78
5.6.10. Katılımcıların Seyahat Amaçlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları .	79
5.6.11. Katılımcıların Hizmet Sınıfı Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	80
5.6.12. Ölçek Boyutları ile Havayolu Kullanım Sıklığı Arasındaki Korelasyon Analiz Bulguları.....	81
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	83
KAYNAKLAR	89
EKLER.....	103
EK-1. Anket Formu	103
ÖZGEÇMİŞ	105

TABLoların LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 2.1. Hava taşıma işletmeleri sayısı ve hava araçları	10
Tablo 2.2. Yıllar itibari ile personel sayısı ve ciro verileri	23
Tablo 2.3. ATAG 2018 Raporuna göre havayolu işletmelerinin ekonomik etkileri..	27
Tablo 4.1. 1920'lerin başından itibaren yolculara yolcu hizmetleri sağlamada kabin ekibinin rollerini özetlemektedir	64
Tablo 5.1. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular	72
Tablo 5.2. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Bulgular (Ç.A.=Çeyrekler açıklığı (Ç1-Ç3)	73
Tablo 5.3. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	74
Tablo 5.4. Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları	74
Tablo 5.5. Katılımcıların Öğrenim Durumuna Göre Farklılık Analiz Bulguları	75
Tablo 5.6. Katılımcıların Mesleklerine Göre Farklılık Analiz Bulguları.....	76
Tablo 5.7. Katılımcıların Gelirine Göre Farklılık Analiz Bulguları	77
Tablo 5.8. Katılımcıların Medeni Hallerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	78
Tablo 5.9. Katılımcıların Havayolu İşletmesi Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	79
Tablo 5.10. Katılımcıların Seyahat Amaçlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları	80
Tablo 5.11. Katılımcıların Hizmet Sınıfı Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları	81
Tablo 5.12. Ölçek Boyutları ile Havayolu Kullanım Sıklığı Arasındaki Korelasyon Analiz Bulguları.....	81

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar

Açıklamalar

ABD

Amerika Birleşik Devletleri

ANOVA

Varyans Analizi

ATAG

Hava Taşımacılığı Eylem Grubu

CRM

Crew Resource Management

IATA

Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği

ICAO

Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü

MYK

Mesleki Yeterlilik Kurumu

SATS

Küçük Hava Nakil Sistemi

SHGM

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü

THY

Türk Hava Yolları

1. GİRİŞ

Ulaştırma türleri arasında hız ve konfor açısından ön plana çıkan havayolu ulaşımında, dikkat çekici şekilde yoğun rekabet yaşanmaktadır. Havayolu ulaştırma sektöründeki bu yoğun rekabet sonucu havayolu işletmeleri farklılaştırılmış ayırt edici ürünler ve hizmetler sunmaya çalışmaktadır. Havayolu ulaştırma sektörü hem ürün hem de hizmet sunmaktadır. Bundan dolayı hem somut hem de soyut olma özelliğini birlikte göstermektedir. Hizmet sunumu yapan işletmeler müşterilerin istek ve beklentilerine cevap verebilmek için hizmetin sunum şekline ve hem personelin davranış hem de tutumlarına yönelik çalışmalar yapmalıdır.

Derrida ve Kant misafirperverlik kavramını hukuki olarak mültecilik hakkı üzerinden değerlendirmiştir. Buna göre Kant misafirperverliği evrensel misafirperverlik şartı; Derrida ise yabancıların davet edilmesi, ikramlarda bulunulması, güzel bir şekilde ağırlanması gibi ölçütler doğrultusunda tanımlamıştır. Kültürel açıdan bakıldığında ise; misafirperverlik farklı sosyal ve kültürel toplumların kendi aralarındaki her türlü etkileşim neticesinde oluşan birikim olarak değerlendirilebilir. Misafirperverlik kavramı dini açıdan ele alındığında çok çeşitli dinlere mensup insanların söz konusu olguya yeterince önem verdiği ancak İslam dininin misafirperverliğe yaklaşımı ayet ve hadislerle desteklenmiştir. Bu sebepten dolayı misafirperverlik olgusu hem birçok bilim dalının hem de çok sayıda sektörün ilgisini çekmiştir. Havayolu işletmeleri özelinde bakıldığında hizmet ağırlıklı bir sektör olması sebebiyle yolculara yönelik misafirperver davranış ve tutum sergilenmesi önem arz etmektedir.

Havayolu işletmelerinin misafirperver davranışları sayesinde yolcuların havayolu işletmesini tekrar tercih etme isteği artabilir. Misafirperverlik, tarih boyunca dinsel, hukuki ve etik bir vazife olarak toplum tarafından uygun görülmüştür (Cevheri, 2014:97). İlk insanlardan itibaren bütün kültür ve toplumlar insan davranışlarına yön veren ve bu davranışları etkileyen kültürel değere sahip bir unsur olarak ortaya çıkmış ve devam etmiştir. İşletme yöneticilerinin konuklarına müşteri olarak değil de misafir gibi davranmaları bireylerin memnuniyet düzeyini artırmakla kalmayacak aynı zamanda konukların aynı işletmeleri tekrar tekrar tercih etmeleri yönünde ve başkalarına tavsiye etmeleri hususunda önemli bir ölçüt olabilir (Serçek, 2016:142).

Havayolu işletmeleri hizmetlerini sunarken yolcularla en çok zaman geçiren çalışanlar kabin ekibidir. Kabin ekibinin yolcuyu karşılaması, yeri için

yönlendirmesi, yolcuya ikramları sunması ve yolcuyu uğurlaması havayolu işletmelerinin misafirperverliğini gösterebileceği davranışlar olarak algılanabilmektedir. Hizmetin soyut boyutunu sunan kabin ekibinin ev sahipliğini sergilemesi de yolcu için önem arz etmektedir. Kabin ekibi ev sahipliği olgusunun yolcu seyahat deneyimi üzerinde öneminin belirlenmesi, havayolu işletmeleri için de fayda sağlayacaktır. Farklı kültürlerden gelen yolcuların sergilenen misafirperverlik sayesinde havayolu işletmesinin tercih edilme isteğini oluşturabilir. Bu sayede havacılık sektörü yanında turizm sektöründe de katalitik etkisi görülecektir. Turizm alanında ev sahipliği, misafirperverlik kavramı ile ilgili birçok çalışmaya rastlanılmakla birlikte ilgili literatür incelendiğinde havacılık alanında doğrudan kabin ekibi ev sahipliği ve misafirperverliği kavramları ile ilgili bir çalışma görülememiştir.

Bu araştırmada havayolu işletmelerinin misafirperverliğinin “nezaket”, “takdir”, “konfor”, “sosyalleşme” boyutlarının kabin ekibinin ev sahipliğinin yolcuların gözüyle incelenmesi amaçlanmıştır. Yolcuların demografik özelliklerine, seyahat amaçlarına, havayolu kullanım sıklığına, hizmet sınıfı seçimine, havayolu işletmesi tercihlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya konulması hedeflenmiştir.

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de havayolu ulaşımını kullanan bireyler oluşturmaktadır. Araştırma evreninin büyüklüğü ile ilgili bilgi sahibi olunamaması ve evrenin tamamına ulaşmanın güçlüğü araştırmanın sınırlılıklarındandır. Bu sebepten dolayı kolay örnekleme yöntemi ile örneklem oluşturulmuştur. Bu yöntemde örnekleme dâhil olmaya hazır bireyler araştırma içerisine dahil edilmiştir. Havayolunu en az bir kere kullanmış bireylerin kendi isteğiyle ankete katılım sağlaması ile örneklem oluşturulmuştur. Örneklemin, evreni temsil etme gücünün yeterli olduğu ve anket sorularını ve ifadelerinin samimi ve doğru cevaplandığı varsayılmıştır.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırma amacından, öneminden, evren ve örneklemeden, varsayımlarından bahsedilmiştir. İkinci bölümde havayolu ulaştırması ve havayolu işletmeleri ürünü incelenmiştir. Üçüncü bölümde misafirperverlik ve ev sahipliği kavramları hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde Kabin ekibi ev sahipliği irdelenmiştir. Beşinci bölümde araştırmanın yöntemi hakkında bilgi verilip ve araştırma ile ilgili bulgular rapor

edilmiştir. Altıncı bölümde ise yazın taraması ve elde edilen bulgular sonucu değerlendirilmiş, havayolu ulaştırma sektörüne ve araştırmacılara yapacakları araştırmalara yönelik önerilerle tez araştırması sonlandırılmıştır





2. HAVAYOLU ULAŞTIRMASI VE HAVAYOLU İŞLETMELERİ ÜRÜNÜ

Bu bölümde ilk olarak havayolu ulaştırmasının Dünya’da ve Türkiye’de tarih içerisinde kaydettiği ilerlemeler ele alınacaktır. Bu bağlamda havayolu ulaştırma sektöründeki havayolu işletmelerinin iş modellerinin özellikleri hakkında bilgi verilecektir. Bir sonra ki aşamada ise havayolu ulaştırma sektörünün ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarından bahsedilecektir. Son olarak havayolu işletmeleri ürünü incelenecektir.

2.1. Havayolu Ulaştırması ve Gelişimi

Havayolu ulaştırmasının gelişimini dünyada ve Türkiye’de olmak üzere 2 başlık altında incelenecektir.

Dünyada Havayolu Ulaşımının Gelişimi

Havayolu ulaştırması diğer ulaştırma türlerinin ortaya çıkmasını sağlayan sebeplere ek olarak “insanların uçuş isteği ile ortaya çıkmıştır” denilebilir. Havacılık ile ilgili yapılan ilk çalışmalar bu isteğin göstergesidir (Kaya, 2010: 15). İnsanlar tarih boyunca uçuş konusunda birçok deneyimde bulunmuştur (Mengü, 2013: 43). İnsanların uçuş isteği ile ilgili birçok deneyime literatür de rastlanılmaktadır. Bu deneyimlerin içerisinde havayolu ulaştırmasında büyük bir öneme sahip olan ise, Wright Kardeşler’in yapmış olduğu uçuş deneyimidir.

Wright Kardeşler’in yapmış olduğu motor gücü ile havalanan hava aracının çok kısa süre uçuşu ilk uçuş olarak kabul edilmektedir. Öte yandan 17 Aralık 1903 tarihi ise havayolu ulaştırması açısından baş döndürücü ilerlemelerin başlangıcı olarak kabul gördü (Yalçın, 2010: 192). Bu uçuş deneyiminden sonra havacılığa yönelik ilgi daha fazla artmış olup teknolojik olarak gelişmeler hızla yaşanmıştır. Özellikle uçak teknolojisi alanında yaşanan gelişmeler ile hava araçları, taşımacılık alanında toplum hizmetinde kullanılmaya başlanmıştır (Gürdal, 2015: 68).

Havayolu ulaştırmasının tarihi açısından 1914 yılı oldukça önemlidir. 1914’te ABD-Florida eyaletinde tarifeli olarak ilk hava taşımacılığı gerçekleşmiştir. Havayolu taşımacılığı alanında yapılan çalışmalarla uçuşların zamanla sayı olarak artması sağlanmıştır. 1918 yılı itibari ile havayolu ulaştırması ticari bir hal almaya başlamıştır. Fransa ve Almanya’da 1919 yılında; Avrupa’da ise İngiliz pilotların 1927 yılında Atlantik Okyanusu’ndan uçuşu, hava ulaştırmasının ticarileşmesinde

yeni bir sayfa açmıştır. 1921’de ise 18 uçak ile Thomas Cook şirketinin İngiltere’yi temsil etmesi havayolu taşımacılığının gelişmesine örnek verilebilir. Havayolu taşımacılığında ilk turistik geziler New York – Chicago şehirleri arasında düzenlenmiştir. Buna ek olarak Fransa’nın Nice ve Cannes şehirlerine de, Londra’dan belli gruplar havayolu taşımacılığı ile geziler ve seyahatler düzenlemişlerdir (Hacıoğlu, 1996: 8).

Birinci Dünya Savaşı’nın havacılık diplomasisinin oluşmasına yönelik uygun bir zemin hazırladığı söylenebilir. Nitekim bu bağlamda savaşa katılan devletler, havayolu ulaştırmasının nasıl yapılması gerektiğine ilişkin kuralları kanunen belirlemeye başlamıştır. Bu doğrultuda ise söz konusu devletler, havacılık sektörü için çok uluslu bir çerçeve çizmeye yönelik birtakım çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Lumbroso, 2019:23).

İkinci Dünya Savaşı sırasında uçak üretiminde hızlı bir artış yaşanması beraberinde pilotların becerilerinden ticari kazanç elde etme durumunu getirmiştir. Dahası bu durum havayolu ulaştırmasının, gerek yolcu gerekse yük taşımacılığından daha fazla ticari gelir elde edilen bir iş kolu haline gelmesini sağlamıştır (Karagülle & Birgören, 2013:37).

İkinci Dünya Savaşından kısa bir süre sonra sivil havayolu ulaştırması kıtalararası seferlere başlamıştır (Kırgız & Arıkan, 2015: 125). 1945’lerden sonra ise tarifesiz özel havayolu işletmelerinin sefer düzenlemelerine izin verilmiştir. İlk başta sadece özel ve yüksek gelir grubuna dâhil gruplara hitap eden havayolu taşımacılığı halka yönelik olmaya başlamıştır (Hacıoğlu, 1996: 8). Bu gelişmeler sonunda uçmak eylemi, devletlerin uyması gereken kuralları olan ve posta, yolcu, kargo, taşımacılığı yapılan bir sektör olarak nitelendirilmeye başlandı. Bu gelişmelere koşut olarak uluslararası kuruluşlar faaliyet göstermeye başladı ve bu doğrultuda sözleşmeler yapılmıştır (Cavcar vd 2015).

Havayolu taşımacılığının en önemli adımlarından biri olan ve yürürlüğe 1922 yılında giren Paris Sözleşmesi, hava taşımacılığı gelişim sürecinde hukuki bir altyapı oluşturan ilk önemli eylemdir (Aktaş, 2011: 7). Daha sonra hiç yürürlüğe girmemiş olan Madrid Sözleşmesi için 1926’da Madrid şehrinde toplanılmıştır. 1929 yılında ise Havana Sözleşmesi imzalanmış ve 17 Aralık 1944 yılına kadar yürürlükte

kalmıştır. Havana sözleşmesi Chicago Sözleşmesinin yürürlüğe girmesi ile geçerliliğini yitirmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında havacılık sektörü büyük bir karmaşaya sahne olmuştur. Uluslararası havacılığın çıkarlarını korumaya yönelik global bir yapının tekrar yapılandırılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda Chicago Konvansiyonu olarak adlandırılan uluslararası bir sözleşme imzalanmıştır. Söz konusu sözleşme kapsamında daha önceki havacılık sözleşmelerinde yer alan temel esasların büyük bir çoğunluğu detaylandırılıp güncellenmiştir. Bu gelişmeler neticesinde ise Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO) 1945 tarihinde kurulmuştur (Lumbroso, 2019: 23).

1960 ve 1970’li yıllara gelindiğinde ise, başta ABD olmak üzere birçok ülkedeki havayolu taşımacılığı sektörü gerek ekonomistler gerekse akademisyenler tarafından eleştirilmeye başlandı. Yapılan eleştiriler doğrultusunda ise, kamu yararının sağlanması için yapılan düzenlemelerin istenilen faydaları sağlayıp sağlamadığı sorgulanmaya başlandı (Özsoy, 2010: 53).

1980’li yılların başlarına kadar havayolu işletmeleri dünya genelinde düzenlemeleri çok sıkı olan ve rekabet kontrolü fazla olan bir pazar haline gelmiştir (Gerede, 2015:101). Bununla birlikte yine aynı zaman dilimi içerisinde haberleşme ve bilgisayar teknolojilerinde gerçekleşen ilerlemeler havayolu işletmelerini olumlu yönde etkilemiştir (Mengü, 2013:76). Bayrak taşıyıcılarının pazara olan hâkimiyetinin ve özel havayolu işletmelerinin sayısının gittikçe artması ve havacılık sektöründe yaşanan teknolojik gelişmelerin sürekliliği havacılık sektörünün sorgulanmaya başlanmasına neden olmuştur. Sektörde uygulanan sıkı kuralların ve düzenlemelerin yeniden yapılandırılması gereği doğmuş ve bu durum serbestleşme hareketliliğine öncülük etmiştir.

Devletler, uluslararası kuruluşlar ve belirli örgütler için olmasa da havacılık sektöründe serbestleşme bakımından birçok işletme için yeni modelleri ortaya çıkardı. Bu modeller hem ekonomik hem de siyasi olmak üzere çeşitli hedef ve menfaatleri içermektedir. Örneğin bu menfaatler işletmelerin kâr oranını artırmayı hedeflemektedir (Dobruszkes vd., 2016: 115). Ekonomik alanda büyük değişikliklerin yaşandığı serbestleşme dönemi hava taşımacılığı sektörü açısından köklü değişikliklerin yaşandığı bir süreci ortaya çıkardı. Bu doğrultuda 1978 yılında ABD’de

hazırlanan ilk Serbestleşme Yasası olan Havayolu Serbestleşme Yasası hazırlandı. Yürürlüğe giren söz konusu yasanın ardından Kanada, Güney Amerika ve Avrupa’da da benzer uygulamalar devam etti (Battal vd., 2006). Havacılık sektöründeki bu serbestleşme ve sonucunda ortaya çıkan yeni modellerin hedeflenen kar oranına ulaşmaları ile özel havayolu işletmelerinin sayısı zamanla artmıştır.

Türkiye’de Havayolu Ulaşımının Gelişimi

Havayolu ulaştırmasına yönelik yaşanan gelişmeler dünyadaki birçok devlette devamlı bir ilerleme kaydetmiştir. Türklerde ise yaşanan bu gelişmelere koşut olarak gerçek anlamdaki ilk havacılık çalışmaları Osmanlı Devleti zamanında gerçekleşmiştir. Havacılık alanındaki ilk deneyimler tüm dünyayla paralel olarak Osmanlı Devletinde de askeri alanda yaşanmıştır. 1900’lü yıllarda Trablusgarp Savaşı’nda maruz kaldığı ağır hava saldırıları sonucunda Osmanlı Devleti havacılığın önemini idrak etmeye başlamıştır. Bu doğrultuda ise, askeri alanda ilerlemek ve modernleşmek amacıyla 1911 yılında Türk Hava Kuvvetleri kurulmuştur (Tosun, 2017:19).

1925 yılına gelindiğinde ise Atatürk’ün talimatları doğrultusunda Türk Teyyare Cemiyeti kurulmuştur. Söz konusu Cemiyetin amaçları havacılığın önemini anlatmak, askeri ve sivil havacılığın gelişmesine katkı sağlamak ve bu gelişimin olması için gerekli ihtiyaçları karşılamak olarak sıralanmaktadır. Cemiyetin adı 1935 yılında “Türk Hava Kurumu” olacak şekilde değiştirilmiştir (https://thk.org.tr/turk_tayyare_cemiyeti, 2021).

20 Mayıs 1933 tarihinde ilk milli havayolu işletmesi, 2186 sayılı kanun ile Devlet Hava Yolları ismiyle kuruldu. İlk tarifeli uçuş ise Ankara-İstanbul hattı ile başladı (Akdemir, 2005: 64). İstanbul, Kayseri ve Eskişehir’de uçak fabrikaları kurularak ilk Türk yolcu uçağı olan Nu/D38 üretildi (Yalçın, 2010: 206). İstanbul Yeşilköy’de havaalanının yapılması sayesinde havacılık sektöründeki meslekler il ilgili eğitimler verilmeye başlandı (SHGM, Yayın NO: HAD/T-21, 2014). “Devlet Hava Yolları İşletmesi” adı, “Devlet Hava Yolları Umum Müdürlüğü” olarak değiştirilerek 1938 yılında Ulaştırma Bakanlığı’na bağlandı. Filoya dâhil edilen uçaklar sayesinde sürekli olarak koltuk sayısı artırıldı. Chicago Sözleşmesi sonrasında yapılmasına karar verilen İstanbul Yeşilköy havalimanı 1953 yılında hava trafiğine açıldı. “Devlet Hava Yolları Umum Müdürlüğü”nün adı ise 1955 yılında 6623 sayılı kanunla “Türk

Hava Yolları” olarak değiştirildi (<https://investor.turkishairlines.com/tr/thy-anonim-ortakligi/tarihce> 2020). Bu değişiklik ile THY, havayolu ulaştırma hizmeti sunan geleneksel havayolu iş modeli ile anılmaya başlandı.

Dünyadaki sivil havacılık faaliyetleri bağlamında, teknolojik gelişmelerde artış olmasına bağli olarak yaşanan gelişmeler karşısında gerek ulusal menfaatlerimizi gözetmek ve savunmak için gerekse uluslararası ilişkilerimizin düzenli olarak icra edilmesi ve denetlenmesi için 1954 yılında kurulan Sivil Havacılık Daire Başkanlığı kurulmuştur. Bu kurumun adı daha sonra 1987 yılında “Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü” (SHGM) olarak değiştirilmiştir (<http://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--> tarihce, 2020).

Cumhuriyetin ilk yıllarında hızlı ilerleyen havayolu taşımacılığı, 2. Dünya Savaşı ve sonrasında duraklama dönemine girmiştir. Hayata geçirilen bağlayıcı politikalar sonucunda 1983 yılına kadar THY dışında özel havayolu işletmeleri tarifeli uçuşlar yapmamıştır (Gerede, 2015: 168). Dünyadaki serbestleşme hareketlerine benzer şekilde Türkiye’deki serbestleşme hareketi 14.10.1983 tarihli 2920 sayılı Sivil Havacılık Kanunu neticesinde olmuştur.

Bu kanun ile özel işletmelere havayolu taşımacılığı ve terminal işletme hakkı sunulmuş olup, ulusal ve uluslararası alanda gelişmesi, emniyetli, güvenli, kaliteli olarak uygulanabilmesi için standartlar ve düzenlemeler yürürlüğe konmuştur (Battal vd., 2006). Sektördeki mevzuat boşluğu da bu kanun ile doldurulmuştur (Gerede, 2015: 168). Bu kanunun yürürlüğe girmesi ile havayolu işletmeleri kurulmuş fakat bu havayolu işletmelerinin genel olarak faaliyet süreleri kısa olmuştur.

Tüm bu gelişmelerle birlikte 1980’li yıllardan günümüze kadar olan süreçte havacılık sektöründe gelişme ve büyüme yaşanmıştır. Bu gelişmeleri; havayolu trafiği-havayolu ulaşımı ile gerçekleştirilen seyahatlerin maliyetlerindeki düşüş, bireylerin gelirin artması, ekonomik politikaların sayıca çoğalması, devletlerarası anlaşmalar ve esneklikler, bireylerin boş zamanının artması, turizm tanıtımları ve serbestleşme sonucu düşük fiyatlı uçuşların pazara sunulması gibi sebepler sağlamıştır (Kırgız & Arıkan, 2015:123). Türkiye’de de havacılık sektöründeki gelişmeler 2003 yılında özel sektörün tarifeli uçuşlarına başlaması ile serbestleşmenin ilk adımları atılmış olup, çok hızlı bir büyüme göstererek devam etmiştir.

2.2. Havayolu Taşımacılığı İşletmeleri

Ticari amaç güderek hava araçları vasıtasıyla belirli hatlar üzerinde, ücretli olarak yolcu veya yük ya da hem yolcu hem de yük taşımacılığı yapan işletmeler ile ticari hava taşımacılığı kapsamına dâhil olmayan yolcu ve yük taşımacılığı yapan işletmeler ile ücretli olup olmadığı gözetilmeksizin yapılacak olan hava işi, eğitim faaliyeti ve etkinlikleri yapan işletmeler hava taşıma işletmeleri olarak tanımlanmaktadır (<http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri>).

SHGM tarafından yayınlanan 2020 yılı faaliyet raporuna göre Türkiye’de faaliyette olan 182 tane Hava taşıma işletmesi vardır. Aynı şekilde toplamda 1558 tane hava aracı vardır (SHGM Faaliyet Raporu, 2020). Tablo 2.1’de Hava taşıma işletmeleri sayısı ve hava araçları dağılımı yer almaktadır.

İşletmeler	Sayısı	Hava araçları	Hava Araçları
Genel Havacılık İşletmeleri	85	Genel Havacılık	421
Balon İşletmeleri	47	Balon	345
Hava Taksi İşletmeleri	40	Hava Taksi	176
Havayolu İşletmeleri	10	Uçak	554
		Zirai Mücadele	62

Tablo 2.1. Hava taşıma işletmeleri sayısı ve hava araçları (SHGM Faaliyet Raporu, 2020)

2.2.1. Genel Havacılık İşletmeleri

Ticari hava taşımacılığı kapsamında olmayan yolcu ve yük taşımacılığı yapan işletmeler ile ücret karşılığı olup olmadığına bakılmaksızın önceden belirlenmiş bir hava sahasında ve belirlenmiş bir amaca yönelik olarak gerçekleştirilen operasyonları ve eğitim faaliyetlerini yapan işletmeler Genel havacılık işletmeleri olarak adlandırılmaktadır (<http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri>). Genel Havacılık Yönetmeliği SHY-6B’ye göre genel havacılık faaliyetleri gerçekleştirecek işletmelerin diğer sivil havacılık işletmeleri gibi yetkili havacılık otoritesinden işletme ruhsatı ve izin alması zorunludur. Genel havacılık işletme ruhsatı gerçek kişilere de verilebilmektedir. SHGM işletme el kitaplarını mevzuat kurallarına uygun olarak onaylamaya yetkilidir

SHGM tarafından yayınlanan 2020 yılı faaliyet raporuna göre Türkiye’de faaliyet gösteren 85 adet Genel Havacılık İşletmesi bulunmaktadır. 421 adet hava aracı vardır (SHGM Faaliyet Raporu, 2020). Bu bilgiler ışığında genel havacılık işletmelerinin Türkiye’de sayı olarak yeteri kadar büyümediği düşünülmektedir. Genel havacılık işletmeleri daha çok gelişmiş ve büyük şehirlerde yaygındır.

2.2.2. Balon İşletmesi Zirai İşletme

Ülkemiz hava sahasında balonla havacılık faaliyetlerini icra eden işletmelerdir. Balon ile her türlü ticari hava taşımacılığı yapacak işletmecilerin Genel Müdürlük tarafından yetkilendirilmesi zorunludur (<http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri>).

SHGM tarafından yayınlanan 2020 yılı faaliyet raporuna göre Türkiye’de faaliyet gösteren 47 adet Balon İşletmesi bulunmaktadır. Hava aracı sayısı ise 345’tir (SHGM Faaliyet Raporu, 2020).

2.2.3. Hava Taksi İşletmeleri

Artan kentleşme sonucu nüfusun yoğun şekilde artması ile tüm dünyada trafik sorunları daha da artmaktadır. Trafik yoğunluğunun azaltılması için ticari hava taşımacılığı kapsamında yer alan küçük uçaklardan yararlanılan hava taksi işletmeleri bulunmaktadır. Küçük uçak felsefesi NASA tarafından Küçük Hava Nakil Sistemi (SATS) ile geliştirilmiştir. Öte yandan, son yıllarda temel yaklaşımın Avrupa şartlarına adapte edildiği görülmektedir. Bu doğrultuda, Avrupa hava trafiği bileşimi değişmeye yüz tutmaya başlamış ve söz konusu bu değişimler hava taksi hizmetlerinden kişisel iş operasyonlarına kadar çok sayıda farklı alanda inisiyatif almayı gerektirmiştir. Hava taksi işletmelerinin önemi, son yıllarda küçük ve kişisel uçaklarla ilgili birçok projeyi destekleyen Avrupa Komisyonları tarafından da kabul edilmiştir (Rohacs, 2012). Türkiye’de ise sayısız ve çeşitli alanlarda hava taksi uçuşları gerçekleştirilmiştir.

Türkiye’de hava taksi işletmeleri SHGM tarafından mevzuat kapsamında tanımlanmıştır. Ticari Hava Taşımacılığı Yönetmeliği SHY-6A’ya göre filosunda en az bir adet Türk tescilli hava aracı bulunduran ve aynı zamanda en fazla on dokuz koltuk kapasitesine sahip hava araçları ile ticari hava taşımacılığı yapan işletmeler bu gruba dâhil olmaktadır (SHY 6A).

Her hava taksi işletmesinin diğer hava taşımacılığı işletmelerinde olduğu gibi sivil havacılık otoriteleri tarafından onaylanan kullanım kılavuzları vardır. SHGM, havayolu işletmelerinin ve hava taksi işletmelerinin, işletme el kitaplarını Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı yasalarına, düzenlemelerine ve kurallarına uygun olarak onaylamaya yetkilidir.

Hava taksi işletmeleri hava aracı olarak küçük jet uçakları, pervaneli uçaklar ya da helikopterler kullanarak, tüketicilerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda hizmet sunmaktadır. Ayrıca hava taksi işletmeleri tüketicilere esneklik, zaman tasarrufu, konfor, gizlilik, güvenlik gibi imkânlar da tanımaktadır (Wensveen, 2007: 139). Bu pazar özellikle iş seyahati için çekicidir. Avrupa'daki iş hayatının merkezi konumunda olan yerlerin yakınında 2500 havaalanı bulunmaktadır. Hava taksi uçak işletmeleri, özellikle büyük havaalanlarında yolcuların zamanını alan güvenlik kontrolleri gibi uygulamaları daha kısa sürede yapmaktadır (Graaff, 2012).

SHGM tarafından yayınlanan 2020 yılı faaliyet raporuna göre Türkiye'de faaliyet gösteren 40 adet Hava taksi işletmesi ve bu işletmelere ait 176 adet hava aracı bulunmaktadır (SHGM Faaliyet Raporu, 2020).

2.2.4. Havayolu İşletmeleri

Hem tabi olunan mevzuat hem de yapılan faaliyetler ve sahip olunan özellikler bakımından Havayolu işletmelerine yönelik birkaç tanımlama yapmak mümkündür. Mevzuata göre koltuk sayısı yirmi ve üzerinde olan Türk tescilli uçaklarla yolcu veya yük taşımacılığı gerçekleştiren ticari hava taşıma işletmeleri havayolu işletmeleri olarak tanımlanmaktadır (<http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri>).

Havayolu işletmeleri ticari bir amaç doğrultusunda çoğunlukla büyük uçaklarla tarifeli ya da tarifesiz olarak yolcu, yük ve posta taşımaktadır (Gerede, 2002). SHGM tarafından yayınlanan 2020 yılı faaliyet raporuna göre Türkiye'de faaliyet gösteren 10 adet havayolu işletmesi bulunmaktadır ve bu işletmelere ait 554 adet hava aracı bulunmaktadır (SHGM Faaliyet Raporu, 2020).

Hava taşımacılığı sektörü, sayı olarak az işletmenin olduğu oligopolistik piyasa özellikleri gösterir. Birkaç havayolu işletmesinin, pazarın büyük bir bölümünü elinde tutması söz konusu işletmelerin dâhil olduğu işbirliklerinin pazarda yoğunlaşmasını arttırmaktadır (Bahar, 2018). Havayolu işletmelerinin pazar yapısına bakıldığında

çok fazla sayıda işletme olmadığı görülür. Havayolu işletmelerinin sayısının çok olmamasına rağmen sınıflandırılması zorluk taşımaktadır.

2.3. Havayolu İşletmelerinin Sınıflandırılması

Mesafelerin farklı olması, farklı uçak tiplerinin kullanımı, operasyonel ve pazarlama faaliyetleri doğrultusunda çeşitli hizmetlerin sunulması gibi sebeplerden dolayı havayolu işletmelerini sınıflandırmak zor olsa da bu dinamikler dikkate alınarak sınıflandırma yapılabilir. Havayolu işletmelerinin, mali büyüklüklerine, filolarındaki hava araçları sayısına, taşıdıkları yükün türüne, faaliyetlerine, sahipliklerine, trafik türüne, etkin oldukları hat türüne, stratejilerine ve tarifelerine göre çeşitli şekillerde sınıflandırması yapılmaktadır (Cavcar vd, 2015).

Havayolu işletmeleri farklı perspektifler sonucu birçok değişik sınıflandırmaya tabi olmuştur. Bu başlık altında havayolu işletmelerinin faaliyetlerinde ve düzenlemelerinde etkili olan Uluslararası Sivil Havacılık Organizasyonu (ICAO) tarafından yapılan sınıflandırmadan yararlanılacaktır. Söz konusu sınıflandırma havayolu işletmelerinin yaptıkları operasyonun tipine, taşınan trafiğin tipine, ulusal-uluslararası pazarlardaki payına ya da operasyonel büyüklüğüne, ekonomik ve pazarlama konularına ve sahiplik yapılarına göre yapılmaktadır (ICAO 2016:5.1.1)

Havayolu işletmeleri sundukları operasyonların türüne göre sınıflandırılması

1. Tarifeli havayolu işletmeleri: Genellikle programlanmış hizmetleri sunan havayolu işletmeleridir.
2. Tarifesiz havayolu işletmeleri: Genellikle tarifeli olmayan uçuş hizmetleri sunan havayolu işletmelerdir.
3. Charter (kiralama) havayolu işletmeleri: Yalnızca charter uçuşları gerçekleştiren tarifesiz havayolu işletmeleridir.

Havayolu işletmeleri taşıdıkları trafik türüne göre sınıflandırılması

1. Yolcu havayolu işletmeleri: Önceliği yolcuların uçakla taşınması olup, aynı zamanda yüklerin de taşınabildiği işletmelerdir.
2. Kargo havayolu işletmeleri: Yük ve postanın uçakla taşınması faaliyetini gerçekleştiren işletmelerdir.

Havayolu işletmeleri ulusal ve uluslararası pazardaki veya operasyon büyüklüklerine göre sınıflandırılması

1. Bölgesel havayolu işletmeleri: Çoğunlukla turboprop ve/veya küçük jet uçaklarını kullanan, küçük ve orta ölçekteki yerleşimleri büyük şehirlere ya da merkezlere bağlayan, yolcu ve yük hizmetini kısa mesafeli hatlarda gerçekleştiren havayolu işletmeleridir.
2. Besleyici havayolu işletmeleri: Çoğunlukla küçük ve orta kapasiteli uçaklar kullanarak, küçük ve bölgesel havaalanlarını merkezi bir havalimanına bağlayan kısa mesafeli seferler gerçekleştiren işletmelerdir.
3. Günübirlik Havayolu işletmeleri: Çoğunlukla noktadan noktaya uçuş gerçekleştiren, normal şartlarda koltuk kapasitesi maksimum 30 olan ancak günümüzde 50'ye kadar çıkabilen, bölgesel ve/veya besleyici havayolu işletmelerinin hizmetlerini de veren havayolu işletmeleridir.
4. Büyük havayolu işletmeleri: Hem yurtiçinde hem yurtdışında öne çıkan havaalanlarına tarifeli seferler düzenleyen ancak uçuş ağı bağlamında nispeten daha geniş coğrafi alanlara hizmet sunan işletmelerdir.
5. Mega Havayolu İşletmeleri: Operasyon ölçeği ve/veya uçuş ağı açısından çok büyük olan ve yaptığı yatırımlar, elde ettiği kazanç, sermaye büyüklüğü, uçuş gerçekleştirdiği havalimanı ve iş birliği gerçekleştirdiği işletme sayısı bakımından diğerlerine göre en üst seviyede yer alan işletmelerdir.

Havayolu işletmeleri pazarlama veya ekonomi değerlendirmelerine göre sınıflandırılması

1. Niş pazara hitap eden havayolu işletmeleri: Belirli rotalarda veya belirli bir pazar bölümü konusunda uzmanlaşmış havayolu işletmeleridir.
2. Yeni kurulan havayolu işletmeleri: Kuruluş aşamasını tamamlayan ve operasyonlarına başlayan havayolu işletmeleridir.
3. Yeni giriş yapan havayolu işletmeleri: Yeni kurulmuş olup olmadığına bakılmaksızın, mevcut havayolu işletmeleri tarafından hizmet sunulan bir pazarda kendisine yer edinmeye çalışan havayolu işletmeleridir.

Havayolu işletmelerinin ticari üyeliklerine göre sınıflandırılması

1. IATA'ya (Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği) üye olan havayolu işletmeleri
2. IATA'ya üye olmayan havayolu işletmeleri

Havayolu işletmelerinin kontrol edilebilirlik ve sahiplik yapıları türüne göre sınıflandırılması

1. Devlet sahipliğindeki havayolu işletmeleri: Havayoluna ait hisselerin tamamına ya da büyük bir çoğunluğuna devletin sahip olduğu işletmelerdir.
2. Özel havayolu işletmeleri: Sermayesinin tamamı veya çoğunluğu özel işletmelere ait olan havayolu işletmeleridir.
3. Ortak girişim havayolu işletmeleri: Aynı veya farklı ülkelerdeki en az iki büyük yatırımcının sahibi olduğu havayolu işletmeleridir.
4. Avrupa Birliği havayolu işletmeleri: AB ülkelerinde AB mevzuatı çerçevesinde operasyonel faaliyetlerini sürdüren havayolu işletmeleridir.

Havayolu işletmelerinin uçuş hatlarına göre sınıflandırılması

1. Ulusları arası havayolu işletmeleri: Hem dış hatlarda hem iç hatlarda uçuş gerçekleştiren havayolu işletmeleridir.
2. Uluslararası tarifeli havayolu işletmeleri
3. Uluslararası tarifesiz havayolu işletmeleri
4. İç hat havayolu işletmeleri: Esas olarak tamamen kendi ülkesinin sınırları içinde hava ulaştırma hizmetleri sağlayan havayolu işletmeleridir.

İş modellerine göre sınıflandırılması

1. Geleneksel Havayolu İşletmeleri
2. Düşük Maliyetli Havayolu İşletmeleri
3. Charter Havayolu İşletmeleri
4. Bölgesel Havayolu İşletmeleri
5. Sadece Kargo Taşıyan Havayolu İşletmeleri

Havayolu işletmeleri farklı mesafe, uçak tipleri, pazarlama ve operasyonel faaliyetleri ile benzerlikler ve farklılıklar göstermektedir. Havayolu işletmelerinin ekonomik yapısındaki farklılıklar, pazarlama ve operasyonel faaliyetlerindeki farklılıklar havayolu işletmelerinin iş modellerini oluşturmaktadır. Havayolu işletmeleri benimsedikleri iş modeline göre hizmet sunarlar. Havayolu işletmelerinin havayolu işletme modeline göre sınıflandırılması daha detaylı şekilde incelenecektir.

2.4. Havayolu İşletmelerinin Havayolu İş Modeline Göre Sınıflandırılması

Finansal krizler, yasal mevzuat, ülkelerdeki siyasi atmosfer, savaşlar tarih boyunca bütün sektörleri etkilediği gibi havayolu sektörünü de etkilemiştir (İnan, 2017a: 13).

Bununla birlikte havayolu işletmeleri, tüketicilerin sürekli değişiklik gösteren ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek için farklı pazar bölümlendirmesi yapmakta ve çeşitli stratejiler benimsemektedir. Bunun neticesinde işletmeler sürekli değişkenlik gösteren koşullar ve tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması için faaliyetlerini belirli iş modelleri çerçevesinde yapmaktadır (Sak, 2015).

İş modeli kavramı tüm işletmelerde olduğu gibi havayolu işletmelerinde de önem verilen bir kavramdır. Bu sebepten dolayı iş modelinin genel tanımlaması yapıldıktan sonra havayolu iş modeli kavramı tanımlanacaktır. İş modeli kavramı ilk olarak elektronik çizelgelerin ve bilgisayarların ortaya çıkması ile kullanılmıştır. Yapılmak istenen, iş planlaması ile basit şekilde durum tahmini üretmektir (Magretta, 2010). İş modeli genellikle bir işletmenin, kurumsal sektör veya pazarda nasıl değer yarattığı dikkate alınarak oluşturulur (Graf, 2005: 315). Holloway (2012), işletme modelini, işletmelerin hedeflemiş olduğu müşteri kitlesine sunmuş olduğu değeri ve bunu yerine getirmek için kaynakların oluşturulma yapısı olarak tanımlamıştır. Havacılık sektöründe iş modeli, “havayolu işletmelerinin paydaşlarına nasıl değer oluşturduğu ve oluşturulan değerın sunumuyla ilgili faaliyetlerin tümü” olarak tanımlanmaktadır (Kuyucak & Şengür, 2011). Serbestleşme sonrasında ticari havacılıkla ilgili kurallar ve düzenlemeler daha esnek oldukça, havayolu işletmelerinin stratejileri de etkilenmiştir. Bunun sonucunda işletmeler talep ve rekabete göre uçuş ağını genişletme, fiyat düzenleme ve tarife planlama gibi faaliyetlerdeki serbestlik sayesinde yolculara çok sayıda alternatif hizmet sunulmasını sağlamıştır. Havayolu işletmelerinde verilen bu ürün ve hizmetler benimsenen iş modeli türüne göre sunulmaktadır.

Havayolu işletmelerinde, sunulan ürün ve hizmetleri, katma değer hizmetleri, nasıl kâr sağlandığı, kaynakların kullanımı ve hedef kitledeki müşteriye sunumu bağlamında işletme modeli türlerini oluşturmaktadır (Cento, 2009: 17). Bu iş modelleri farklı kaynaklarda çeşitli şekilde sınıflandırılmıştır. Genel olarak havayolu işletmeleri iş modeline göre geleneksel, düşük maliyetli, Charter, bölgesel, sadece kargo taşıyan havayolu işletmeleri olmak üzere beş bölümde sınıflandırılabilir (Cavcar vd, 2015: 67).

2.4.1. Geleneksel Havayolu İşletmeleri

Geleneksel havayolu işletmeleri, kapsamlı uçuş ağı yapıları ile çok sayıda uçuş ile geniş bir coğrafyada eksiksiz hizmet yelpazesi olan, ulusal ya da büyük taşıyıcılardır. Bu işletmeler farklı oturma sınıfları, yiyecek içecek ikramları, uçak içi eğlence ve yer tesislerinde, sık uçan yolcu programı üyeleri için bekleme salonları gibi birçok hizmeti bir araya getirerek sunan havayolu işletmeleridir (ICAO, 2016:5.1.1). Havayolu işletmeleri pazarında bulunan geleneksel havayolu işletmeleri tüm yolculara hizmet vermeyi hedeflemektedir. Bu hedefi gerçekleştirmek için evrensel dağıtım sistemlerinden yararlanmakta, işbirliği içinde olduğu havayolu işletmeleriyle filosunun tip ve büyüklük açısından farklılık gösteren uçakları ile hizmetlerini sunmaktadır (Şengür, 2004 :34). Esas ürüne ek olarak yiyecek içecek ikramı, video, gazete, internet erişimi vb. gibi ürünlerin özellikleri artırılarak dahil edilmesiyle geleneksel havayolu işletmelerinde ürün yelpazesi geliştirilmektedir (Kotler, vd., 1999). Geleneksel havayolu işletmeleri yolculuk edilen sınıfa göre değişiklik gösteren koltuk konforu, ücretsiz ikram, kabin içi eğlence olanağı sunmaktadır (Koch, 2010: 156). Geleneksel havayolu işletmeleri bu hizmetlerinin yanında kapsamlı sadakat programlarına katılım gibi hizmetler vermektedir (Akpur, 2021).

Devletlerin tamamıyla ya da kısmen sahip olduğu taşıyıcılar olarak bilinen geleneksel havayolu işletmeleri, uçuşları daha önceden belirlenmiş bir tarife ile yapılan, filo, uçuş ağıları, kabin içi servis gibi maliyeti yüksek hizmetlere sahiptir. Geleneksel havayolu işletmeleri olarak adlandırılan ve bu iş modelini uygulayan işletmeler kendi bünyelerindeki faaliyetlerin (bilgisayarlı rezervasyon sistemleri, güvenlik hizmetleri, ikram hizmetleri, hava aracı bakım hizmetleri, finansal hizmetler, tur operatörlüğü, havaalanı hizmetleri, uçak kiralama, otel işletmeciliği, sigorta hizmetleri vb.) pek çoğunu kendileri sağlamaktadır. Bazı durumlarda geleneksel havayolu işletmeleri de yurtdışı istasyonlarındaki bu hizmetleri dış kaynaklar aracılığı ile yürütmektedir (Gerede, 2015: 26). Dünyada birçok örneği bulunan havayolu iş modelidir. Dünya da bu iş modeline KLM, Lufthansa, British Airways gibi havayolu işletmeleri örnek gösterilebilir.

Türkiye’de havayolu işletmesini, 1970’li yılların sonuna doğru kurulan ve İstanbul-Bursa arasında uçuş düzenleyen Bursa Havayolu İşletmesi göz ardı edilirse, 1983 yılına kadar bayrak taşıyıcı olan Türk Hava Yolları yapmıştır. THY hem iç hatlarda,

hem de dış hatlarda Türk tescilli havayolu işletmesi adıyla, uzun süre pazarı kontrol etmiştir (Gerede, 2011).

2.4.2. Düşük Maliyetli Havayolu İşletmeleri

Havayolu işletmeleri, 1978 yılına kadar sıkı düzenlemelere tabi tutulmuştur ve bu tarihte özel havayolu işletmeleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bununla birlikte, yolculara çekici gelmesi için düşük fiyatları öne çıkaran özel düşük maliyetli taşıyıcıların sayısında önemli bir artış olmuştur (Koklica vd. 2017: 188-196). Düşük maliyetli havayolu işletmelerinin oluşmasından sonra havayolu taşımacılığının lüks hizmet algısı değişmiş ve küreselleşme ile birlikte uçuş anlamında da sınırların olmadığı havayolu taşımacılığı olağanlaştırılmıştır (Leong vd., 2015). Esas uçuş faaliyetlerini kapsayan hizmetin sunulmasıyla maliyet faydasının gerçekleştiği düşük fiyatlı havayolu işletmeleri, havayolu ulaşım hizmeti iş modellerinin önemli bir parçası haline gelmiştir (Alves & Barbot, 2007).

Düşük maliyetli havayolu iş modelinin ortaya çıkışı ile rekabet dinamikleri değişmiştir. Bu havayolu işletmeleri üretim ve maliyet verimliliğine dikkat çekerek düşük ücretli havayolu ulaşımı ile yolculuk imkânı sunmaktadır. Geleneksel havayolu işletmelerinin fiyatlandırma politikalarını etkileyerek rekabeti artırmıştır. Pazar paylarını artıran düşük maliyetli havayolu işletmeleri uçuş ağlarını genişletmektedirler (Belobaba vd., 2016). Bu iş modelini benimseyen havayolu işletmeleri; kaynakların etkin bir şekilde kullanılması, maliyetlerin azaltılmaya çalışılması yoluyla, daha ucuz bilet almak isteyen yolcuları hedeflemektedir. Bu gibi durumlarda hizmet maliyetlerinden kısıtlamalara gidilerek en düşük maliyeti sağlamak amaçlanır. Fiyat, bu iş modeli için önemli bir rekabet avantajı sağlar (Geçen, 2011: 71). Hem düşük fiyatlar sunabilmek hem de kârlılığa ulaşmak için çok düşük maliyetler ile çalışılmalıdır (Doganis, 2006:153).

Yeni düşük maliyetli Avrupa havayolu işletmelerinin çeşitli hizmetlerinden biri de kilit ürün niteliği taşıyan zamanı önceden belirlenmiş ve yüksek sayıda noktadan noktaya (aktarmasız) kısa mesafeli uçuşlardır. Çok düşük fiyatlar sunabilmek için çok düşük maliyetlerle çalışırlar. Bunun için yüksek koltuk kapasitesine sahip bir uçak tipini işletirler ve yerde kalma süresini 30 dakika veya altına düşürerek günlük kullanım oranının yüksek olmasını amaçlarlar. Havaalanı olarak ikincil veya hava trafiği açısından sıkışık olmayan havaalanlarını kullanırlar. Geleneksel havayolu

işletmelerinde bilet ücretine dahil olan ama yararlanılan zamana ve mekana göre ek ücret gerektirebilen uçuş hizmetlerini (havaalanında kontuarlarda yapılan check-in gibi), sunmaktadır (Doganis, 2006: 169). Düşük maliyetli havayolu iş modelini ilk kullanan işletme ABD’de Southwest havayolu işletmesidir. Ryanair ise Avrupa’da bu iş modelini benimseyen ve uygulayan işletmedir. Pegasus Havayolu işletmesi ise Türkiye’de öncü olarak bu iş modelini benimseyen ve uygulayan havayolu işletmesidir.

2.4.3. Charter (Tarifesiz) Havayolu İşletmeleri

Tarifesiz seferler yapan ve seferlerinde mevsimsel olarak çok etkilenen tarifesiz havayolu işletmeleri çoğunlukla Akdeniz ülkelerine düzenlenen tur paketlerinin bir hizmeti olarak yolcu taşımacılığı yapar (Koch, 2010: 161). Tatil paketi pazarlayan tur operatörlerinin kiralama yöntemi ile kullandığı bu uçuşlar düzenli uçuşlara bağı olmayıp, müşterinin isteklerine göre hizmet sunarlar (Mengü, 2013: 93). Aktarmasız taşımacılık yaparak turistik destinasyonlara, aktarmasız uçuş ağıları seferler düzenlemektedir.

Charter havayolu işletmeleri bazen iş gruplarının, bazen küçük grupların otellere, tarihi açıdan önemli şehirlere veya kurvaziyer gemilere ulaşımı için kullanılan havayolu işletme modelidir. Genellikle tur operatörleri; tarifesiz havayolu işletmelerini tatil için paket tur (konaklama ve ilave hizmetleri birlikte) sunan bir model olarak benimsemişlerdir (Şen ve Akpur, 2017: 68). Turistik ürünleri bütünleşik olarak sunan tur operatörleri charter havayolu işletmelerinin müşterileridir (Gerede, 2015:44). Yaz döneminde turistik faaliyetlerin artmasından dolayı tur operatörlerinin ve tarifesiz havayolu işletmelerinin iş hacmi artmaktadır.

Charter havayolu işletmelerinin özelliklerine bakıldığında düşük fiyat avantajı sağlayarak genellikle iki nokta arasında karşılıklı seferler yaptıkları görülür. Yolcular grup halinde uçtuklarından koltuklarda sınıflandırma bulunmaz. İptaller ve ertelemeler çoktur ve sefer saatleri tur operatörleri ile birlikte sözleşmelerle saptanır ve değıştirilebilir. İniş kalkış saatleri genellikle çalışma saatleri dışında olup gece geç saatlerde ya da sabah çok erken saatlerde olabilir (Özer, 2000).

2.4.4. Bölgesel Havayolu İşletmeleri

Bölgesel havayolu işletmeleri iş modeli ise küçük yerleşim yerleri ile aktarma merkezleri arasında daha küçük uçaklar ile yapılan tarifeli ve tarifesiz uçuşlar olarak tanımlanabilir (Sarılğan, 2011: 70). Koltuk sayısı az olan, kısa mesafe ve yüksek frekans uygulaması olan bölgesel havayolu işletmeleri, toplumun refah seviyesine katkıda bulunan, gelişmiş ve gelişmekte olan yöreler arasındaki farkları azaltan bir uygulama olarak da görülebilir. Ekonomik, ticari ya da turistik büyüklüğünün yeterli olmaması nedeniyle büyük havaalanlarına sahip olamamış, ayrıca büyük havayolu işletmelerinin düşük talep nedeniyle şebeke yapılarına dâhil etmediği yörelerde, küçük ya da orta kapasiteli uçaklarla hizmet sunarak bu yörelerin ekonomik ve sosyal gelişimine de katkı sağlayan havayolu işletmeleri olarak görülmektedir (Karagülle & Birgören , 2013: 55).

Bölgesel havayolu işletmeleri geleneksel havayolu işletmeleri için fazla kazanç sağlamayan bölgelerden gelen az yoğunluktaki uçuş hatlarında uçuşması ve yolcu trafiğini sağlayarak bu işletmelerin merkezlerine bağlaması açısından iki önemli görev üstlenmektedir (O'Connell, 2011). Bölgesel havayolu işletmeleri uçuşlarının çoğunluğunun kısa ve orta mesafeli hatlarda olmasından dolayı düşük maliyetli havayolu işletmeleri ile rekabet içerisindeyler. Bu rekabet sonucu bölgesel havayolu işletmeleri büyük uçuş ağlarına da katılarak düşük maliyetli iş modelini benimseyen havayolu işletmelerine benzerlik göstermektedir(Wittmer ve Bieger, 2011).

2.4.5. Sadece Kargo Taşıyan Havayolu İşletmeleri

İlk kez 1920'li yıllarda tarifeli havayolu işletme hizmeti sunan işletmeler, yolcu yerine posta taşımaya başladı. Bu amaç ile birkaç büyük havayolu işletmesi kıtalararası uçuş hatlarını 1930'ların başlarında kullanmıştır (Grant, 2008). Bu şekilde hem yolcu hem kargo taşınması yapan ya da sadece kargo taşıyan hava kargo işletmeleri iş modeli ortaya çıkmıştır.

Hava kargo iş modeli, uçak ile taşınan veya taşınacak olan herhangi yük ya da posta olarak Uluslararası Posta Konvansiyonunda; posta, doküman veya kayıtlı bagaj dışında, gümrüğe bağlı ve konşimento (taşıma senedi) ile kayıt altına alınmış hava aracı ile taşınan her türlü gönderinin taşınması olarak yer almaktadır (SHGM, Yayın No: HAD/T-23, 2015, 26).

Küresel rekabetin sonucu olarak, şirketler politikalarından ödün vererek bu iş modellerinin birbirlerine yakınlaşmaya başlamasına sebep olmuştur. Aralarında kesin ayrımlar olmasına rağmen farklı iş modelleri birbirine benzer politikaları rekabet edebilmek için uygulamaya başlamışlardır (Geçen, 2011: 70). Tüm iş modellerinin operasyon stratejileri incelendiğinde; uçuş saatlerinin arttırılması ve yerde kalma sürelerinin minimum seviyede olması amaçlanır. Ayrıca uçaklardan azami sürede faydalanılması ve hava alanı kullanım verimliliğinin maksimum seviyede tutulması büyük önem arz etmektedir (Benitez ve Lodewijks, 2008).

2.5. Havayolu İşletmelerinin Etkileri

Havayolu sektörü diğer ulaşım sektörlerine göre devletin daha etkin bir rolde olmasından dolayı devletin daha fazla karıştığı bir yapıya sahip olmuştur. Havaalanları yatırımının devletin onayı ile yapılması, bayrak taşıyıcı havayolu işletmelerinin devlete ait olması ve devletin destek olması, uluslararası anlaşmalara dayalı olarak hava sahası kullanımının olması gibi unsurlar havayolu sektörünün yapısını ve özelliklerini belirlemektedir (Kırgız & Arıkan, 2015: 127). Bununla birlikte havayolu işletmeleri, teknolojik ilerlemeler, değişim gösteren uluslararası ticaret ve sosyal yapılar doğrultusunda tüm dünyada hızlı bir ivme ile ilerlemektedir (Bal vd., 2017: 356). Yolcu taşımacılığı ile birlikte kargo ve postanın yer değiştirmesini sağlayan havayolu işletmelerinin bir süre sonra teknolojik ilerlemeleri ve yenilik ile insan hayatının değişmez bir unsuru olmuştur. Son teknolojiden faydalanılması, siyasi bir araç olarak kullanılması, ekonomik kalkınma ve büyüme sağlaması, üretim ve pazarlama yöntemlerine olan faydası, turizm sektörüne olan katkısı, yatırım imkânları, devletlerarasında ticarete kolaylık sağlaması, ihracat ve ithalata olan dogmatik etkileri ile dünya çapında bir endüstri olarak önemini olağanüstü şekilde arttırmıştır (Karahana, 2015).

Havayolu sektörü, sağladığı birçok önemli faydalar sebebi (hız, güvenlik, rahatlık vb) ile insanlar tarafından seyahat için en çok tercih edilen ulaştırma modellerinden birisidir. Havayolu sektörü başta gelişmiş ülkelerde olmak üzere gündelik hayatın olmazsa olmazlarından biridir. Toplumsal gelişme ve ekonomik gelişme için önemlidir (Aktepe ve Şahbaz, 2010: 70). İkinci Dünya Savaşından sonra hızlı bir şekilde gelişim gösteren havayolu sektörü modern yaşamı ciddi anlamda etkilemiştir.

Dünya çapında ülkeler ele alındığında havayolu işletmelerinin ekonomik, teknolojik ve sosyal gelişmeyi yüksek oranda etkileyen faaliyet alanlarından olduğu görülür.

2.5.1. Havayolu İşletmelerinin Ekonomik Etkileri

Devletlerarasındaki ekonomik ilişkileri ve ticareti geliştirmesinden dolayı havayolu ulaştırması dünya ekonomisinin büyümesinde önemli rol oynar. Yaş ve gelir farklılıkları önemsenmeksizin her birey havayolu ulaştırmasının potansiyel müşterisi sayılmaktadır (Kırgız & Arıkan, 2015: 123). Havayolu ulaştırmasının ülkeler arası değişimi teşvik etmesi ve ülkeler arası ekonomik ilişkileri kolaylaştırması sayesinde, dünya ekonomisinin büyümesi için önem arz etmektedir. Hem ekonomik büyüme hem de ekonomik güçleri teşvik etmek havayolu ulaştırmasına bağlıdır ve devletlerin ekonomik olarak başarılı ilerlemeleri ile hava trafik seviyeleri arasında yakın ilişki vardır (İşler, 2009).

Havayolu ulaştırması diğer sektörler içinde en detaylı ve karmaşık ekonomik düzenleyici sistemleri arasında yer almaktadır. Hava Hizmetleri Anlaşmasının karmaşık ve iç içe geçmiş yapısı, devlet kontrolü altında olan ve olmayan hizmetler arasındaki belirsizlikler, yabancı sermayeye getirilen kısıtlamalar, fırsat eşitliğinin sağlanacağı ortam arayışı gibi etmenler havacılık sektörünün ekonomik bağlamdaki yasal düzenlemelerini benzersiz kılan unsurlardır (Lumbroso, 2019).

Havayolu işletmeleri dünya ve ülkelerin ekonomilerine etki etmektedir. Bu ekonomik etkiler Hava Taşımacılığı Eylem Grubu (ATAG) 2018 raporunda doğrudan, dolaylı, uyarılmış, katalitik olarak 4 başlık altında ele alınmıştır.

A. Doğrudan Ekonomik Etkileri

Havayolu işletmelerinin, uzun süreli taşımacılıkta bozulacak ürünlerin ve pahalı olarak nitelendirilen kıymetli eşyaların hızlı taşınmasından dolayı ticaretin gelişmesine önemli katkısı vardır (Uslu, 2011: 330). Doğrudan ekonomik etkiler havayolu işletmelerinin kendi faaliyetinden dolayı ortaya çıkan istihdam olarak görülmektedir ve havayolu işletmelerinin, havaalanlarının ve havayolu sektörünün sağladığı istihdamı ve gelirleri ve harcamaları kapsamaktadır (Bal vd., 2017). Havayolu işletmeleri, çok geniş iş imkânları sunmasından dolayı istihdam sorunlarına yeni çözümler sunmuştur (Uslu, 2011:330).

Havayolu işletmeleri, hava limanlarında seyrüsefer ve haberleşme hizmeti sağlayarak doğrudan yolcuya hizmet veren işler ile istihdam yaratmaktadır. Örnek olarak check in, kargo ve ikram, bagaj taşıma tesislerinde, imalat sektöründe (uçak, motor ve diğer hayati teknolojileri üreten şirketler) doğrudan istihdam yaratmaktadır (Çelik, 2017).

Dünyada 58 milyon kişiye istihdam sağlayan havayolu ulaştırması, önümüzdeki 20 yılda dünya genelinde 600 bin pilot, 400 bin teknisyen ve diğer personele gereksinim duyulacağını belirtmektedir. Özellikle Covid -19 salgınından dolayı istihdam olanağının azalacağı ve dünyada havacılık sektöründe 4.8 milyon çalışanın işlerinin risk altında olacağı öngörülmektedir. Havayolu işletmelerinde 1.3 milyon, havalimanı işletmelerinde 220.000, hava-uzay işletmelerinde 151.000, havacılıkla dolaylı olarak ilgili olan 3.2 milyon kişinin işinin risk altında olacağı tahmin edilmektedir (ATAG, 2020). Türkiye’de ise 2017 yılsonu itibariyle 196.041 kişiye istihdam sağlamış ve 24.3 milyar dolar ciro oluşturmuş olup, bu rakam Gayri Safi Milli Hasılanın %3’ten fazlasına denk gelmektedir (Sektörel Projeler, 2018). 2019 yılında havacılık sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 295.000’i geçmiştir. Tablo 2.1.’de yıllara ait ciro ve personel sayısı görülmektedir (SHGM Faaliyet Raporu, 2020).

Yıllar	Personel sayısı	Ciro	Ciro (Milyar \$)
2003	65.000	3.06	2.2
2015	191.716	68.12	23.36
2016	191.709	70.24	19.97
2017	196.041	91.63	24.31
2018	209.049	143.32	27.20
2019	295.547	160.71	27.06

Tablo 2.2. Yıllar itibari ile personel sayısı ve ciro verileri

Önemli derecede çarpan etkileri olan havayolu işletmeleri, dünya çapında istihdam ve gayrisafi gelire belirtilen doğrudan faydadan daha çok etki yaptığını göstermektedir (Cavcar vd, 2015).

B. Dolaylı Ekonomik Etkileri

Havayolu ulaşım sektöründe tedarikçilerin oluşturmuş olduğu istihdam ve ekonomik faaliyetleri kapsar. Yakıt tedarikçileri, havaalanı ve tesislerini inşa eden işletmeler,

havaalanında bulunan perakende satış mağazaları ve bu mağazalara mal ve hizmet üreten işletmeler bu kapsamda değerlendirilebilir (Çelik, 2017).

C. Uyarılmış Ekonomik Etkileri

Doğrudan veya dolaylı olarak havacılık sektöründe istihdam sonucu çalışanların tüketimleri doğrultusunda ortaya çıkan faydadır (Bal vd., 2017). Havayolu işletmelerinde çalışanlar kendi ihtiyaçlarını karşılamak adına mal ve hizmet tüketimini kendi gelirlerini kullanarak desteklemektedir. Havayolu işletmelerinin tedarik zincirlerini oluşturan işletmelerin hizmetlerini zamanında sunması önemlidir. Bu bağlamda uluslararası hizmet veren havayolu işletmeleri için gereken yatırımlar daha fazla teşvik edilmelidir (Çelik, 2017).

D. Katalitik Ekonomik Etkileri

Katalitik ekonomik etki; havayolu sektörünün diğer sektörlerin performansını ne ölçüde, nasıl arttırdığına ilişkindir (Bal vd., 2017). Havayolu işletmeleri ile beraber yayılan faydalardır. Örnek olarak havayolu ulaşımı ile ülkeye seyahat eden turistlerin harcamalarıyla ve bu ulaştırma sektörüyle geliştirilen ticaret ile desteklenen iş ve verimlilik kastedilmektedir (Eski & Tasus, 2018).

Havayolu işletmeleri diğer ulaştırma türlerine göre üstün hızıyla, kıymetli ve sınırlı zamanı olan turistlerin, seyahate dâhil olan yeni turizm bölgelerinin ve turistik destinasyonlarının artmasına katkı sunmakta ve turistlerin konaklama süresini uzatmaktadır. Güvenli ve konforlu olmasından dolayı üçüncü yaş turizminin gelişmesine olanak sağlar. Turistlerin temel ihtiyaçlarını karşılayarak ulaştırma, gastronomi, konaklama, eğlence gibi hizmetlerin paket turlara dahil edilerek ekonomi, zaman ve uygulanabilirlik yönünden en uygun şekilde hazırlanmasına imkân sunmaktadır. Talebin düşük olduğu dönemlerde uygulamış oldukları fiyat politikaları ile turizm faaliyetinin mevsimsel olarak uzatılmasına fayda sağlar. Havayolları yatay ve dikey entegrasyon imkanları sonucu uluslararası turizmi daha elverişli hale getirir (Kırgız & Arıkan, 2015: 132-133).

Dünyada dış ticaret ve turizm gibi sektörlerde ekonomiyi yönlendiren en önemli dinamiklerden biri havayolu ulaştırmasına yapılan yatırımlardır. Ayrıca kargo ve yolcu taşımacılığı ayrımı yapılmaksızın, ülke ekonomilerine önemli faydalar sağlamaktadır. Devletlerin ve ülkelerin ulaşılabilirliğini artıran havayolu ulaştırma

sektörü, dış yatırımcılar için güvenilirlik ve cazibe düzeylerini de artırmaktadır. Malların en güvenilir ve en hızlı bir biçimde, depolama, stoklama gibi maliyetleri olmadan küreselleşmesinde bu sektör önemli bir rol üstlenmektedir (Sektörel Projeler, 2018).

Turizm sektörüne sağlamış olduğu doğrudan ekonomik faydaya ilaveten, Türkiye'deki havacılık sektörü için hazırlanmış ve yayınlanmış olan 2011 Oxford Economic'in raporuna göre; havayolu ulaştırma sektöründe her 100 kişiye sağlanan istihdam turizm sektöründe ise 277 ilave istihdam oluşturmaktadır (Sektörel Projeler, 2018). Havayolu ulaştırması tarafından desteklenen doğrudan ve dolaylı turizm faaliyetleri diğer mal ve hizmetlerin üretilmesi ile 8.7 milyon ek iş oluşturmaktadır (ATAG 2020).

Turizm sektörünün önemli bir girdisi havayolu ulaşım hizmetidir (Gerede, 2015: 44) Özellikle uluslararası seyahatlerde turizm ulaştırmasında %52 gibi bir paya sahip olan havayolu ulaşımı en çok tercih edilen ulaştırma modelidir (Kozak, 2014: 250). Havayolu ulaşımının kullanımı uluslararası seyahatlerde giderek artmıştır. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin istatistiklerine bakıldığında 2016 yılında %70, 2017 yılında %72, 2018 yılında ise %76 gibi bir paya sahip olduğu bilinmektedir (<https://ttyd.org.tr/tr/faaliyet-raporlari>).

Ülkelerin ulaşımı açısından önemli olan havayolu işletmelerinin gelişmesi; turizm, ticaret ve ilgili birçok işkolları için önemli ve gereklidir (Bahar, 2018). Havayolu taşımacılığının olduğu ülkelerde birbiri ile bağlı diğer kollar; havayolu işletmelerinin kaliteleri sayesinde sürekli gelişebilir. Havayolu taşımacılığının sürekli çizilen pozitif tabloya sahip olmasından dolayı turizm, ticaret gibi iş kolları direk etkilenmektedir.

Havayolu işletmelerinin katalitik faydaları; dünya ticaretine kolaylık sağlar, turizm sektörü için vazgeçilmez olan global ekonominin ve tedarik zincirinin verimliliğini yükseltir, bölgelere ve ülkelere yapılan yatırımları artırır ve etkinleştirir, dünyanın her yerinde işletmeler arasında etkili bir ağ oluşturma fırsatı sunar (ATAG 2018).

Özellikle uzun mesafelerde gerçekleştirilmesi planlanan turistik seyahatlerde hız ve konfor özellikleri bakımından havayolu ulaşımının tercih edilmesi, bu ulaşım sisteminin turizm sektöründe öne çıkmasına zemin hazırlamıştır. Turizm için önemli bir yer tutan havayolu ulaşımının daha çok uzun mesafelerde turistik seyahatlerde hız ve konfor gibi faktörler açısından havayolu ulaşımının tercih edilmesi, bu ulaşım

sisteminin turizm sekt6r6 açısından gelişmesini sağlamış. Tablo 2.3'te ATAG raporunda yer alan hava taşımacılığı sektörünün farklı düzeylerde sosyal ve ekonomik kalkınmaya nasıl katkıda bulunduğunu göstermektedir.



Doğrudan Etkileri	Dolaylı Etkileri	Uyarılmış Etki	Katalitik Etkisi	
			TURİZM KATALİTİK (harcama turistlerin %57'si hava yoluyla seyahatini kullanmaktadır.	KATALİTİK (Havayolu taşımacılığının etki ettiği diğer ulaştırma türleri ve işletmeler)
Havayolu işletmeleri Yolcu Hava kargo Havayolu biletleri Genel Havacılık Uçuş ekibi, Check-in personeli, Bakım ekibi, Rezervasyonlar ve merkez ofis personeli Havaalanları Havaalanı yönetimi, bakım, operasyonlar, güvenlik, kurtarma yangını Havaalanı bünyesinde Oteller Restoranlar Araba kiralama Nakliye servisleri İkram hizmeti Yer Hizmetleri Uçak bakımı Ofis parkları hükümet gümrük, göç, güvenlik, polis Hava seyrüseferi hizmeti sağlayıcıları Hava Seyrüsefer Yönetimi, hava trafik kontrolörleri Sivil havacılık Uçak gövdesi ve Motor Bileşenler Mühendisler, tasarımcılar, inşaat ekipleri	Yakıt tedarikçileri Yiyecek ve içecek İnşaat Nakliye sağlayıcıları İmalat Bilgisayar Bileşenleri Perakende ürünler Hizmetler Muhasebe firmaları Avukatlar Çağrı merkezleri Bilişim Sistemleri	Yiyecek ve içecek Eğlence ve boş zaman Ulaşım Konut Vergiler Giyim Mobilya Hizmetler Telekomünikasyon	Oteller Eğlence Restoranlar Müzeler Turistik Tur operatörleri Perakende Araba kiralama	Küresel ticaret İşgücü arzı Diğerlerinin verimliliği İşletmeler Eğitim erişimi Sağlık hizmeti Aile bağları Bağlantı Uzaktan kumandalara yaşam çizgileri Topluluklar ve Küçük ada devletleri Yatırım Para göndermeler Araştırma / yenilik

Tablo 2.3. ATAG 2018 Raporuna göre havayolu işletmelerinin ekonomik etkileri

2.5.2. Havayolu İşletmelerinin Sosyal Etkileri

Ülkeler için ekonomik ve teknolojik ilerlemeler toplum hayatı açısından önemlidir. Bu durum sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir gelişme, sürdürülebilir ilerleme gibi kavramların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu kavramlar birçok boyutta incelenebilmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma, sadece çevrenin korunması ve ekonomik ilerleme ile ilgili değildir. Bu kavramın diğer bir boyutu ise toplumdaki insanların yaşamlarını ekonomik refahtan farklı olarak iyileştirmekle ilgilidir. Bu durum ülkeler için sürdürülebilir ilerleme amaçlarının önemli bir parçası olup sivil havacılık tarafından çeşitli yönlerden desteklenmektedir. Dünyanın her yerindeki insanlar için, farklı ülkelere seyahat etme olanağı; akrabaları, arkadaşları ziyaret etme imkânı; eğitim, iş ve tatil için yurt dışına gitme hizmetinin sunulması çok önemli bir hizmettir. Hava yolu taşımacılığı olmaksızın, kısa zamanda yeni ülkelere gitmek, gezmek ve kültürlerini deneyimlemek zor ve imkansız olurdu (ATAG 2018). Havayolu taşımacılığı sektörü devletler arasında oluşturduğu ticari ve kültürel köprülerle ülkelerin sosyo-ekonomik refah düzeyinin yükselmesinde önemli rol üstlenmektedir. Uluslararası yolculukların kolaylaşması, devletler ile olan ticari ve sosyal ilişkilerin de güçlenmesini sağlamıştır. İnsanların ve yüklerin emniyetli, güvenli, hızlı bir biçimde akışının olması, devletler adına çok önemli kültürel ve sosyo-ekonomik yararlar sunmaktadır (Sektörel Projeler, 2018). Havayolu işletmeleri sayesinde uzak mesafeler yakın olur; farklı kültürler birbirleriyle tanışır, devletlerin birbirleriyle ilişkilerinin ve ticaretin artması ile devletler arasındaki gelişmişlik seviyeleri azalır (Cavcar vd, 2015). Hızlı bir şekilde gelişen teknolojik ilerlemeler sonucu havayolu taşımacılığı en güvenli, konforlu, etkin ulaşım modeli durumuna gelmiştir. Dünya vatandaşlığı düşüncesinin giderek artması ve herhangi bir yere kolaylıkla ulaşabilme modern dünyanın yaşam koşullarının vazgeçilmezlerindendir. Bu avantajlarından dolayı havayolu ulaşımı insanlara cazip gelmektedir (Karayağmurlar, 2013 : 3).

ATAG 2018 raporuna göre havayolu taşımacılığının pek çok sosyal faydaları vardır. Bu faydalar şu şekilde sıralanabilir:

- Havayolu taşımacılığı sürdürülebilir kalkınmaya fayda sağlar.
- Turizm ve ticareti kolaylaştırır.

- Ekonomik gelişme sağlar, istihdam sağlayarak hayat standartlarını iyileştirir.
- Uluslararası seyahatteki artış ile hem devlet düzeyinde ülkeler arasında, hem de bireyler arasında yakın ilişkiler oluşturur.
- Uzun vadede etkili olacak sosyal ağların kurulması ve geliştirilmesi kolaylaşır. Bu seyahatler sayesinde mal ticareti, ev sahibi ve menşe ülkeler arasında sosyal ve ekonomik entegrasyona teşvik eder.
- Diğer ulaştırma modelleri ile fiziksel olarak erişimin yetersiz olduğu topluluklar için hayati bir önem taşır. Uzak topluluklar için ya da dünyanın her yerinde sağlık hizmetleri gibi temel ihtiyaçlar genellikle havayolu ulaşımı ile yapılabilir.
- Doğal afet, kıtlık, savaş gibi acil durumlarda her türlü ihtiyaç duyulan yardımın yapılması havayolunun hızı ve güvenirliliği sayesinde mümkün olabilir.

2.5.3. Havayolu İşletmelerinin Teknolojik Etkileri

Havayolu ulaştırmasının gerekli kıldığı yenilik ve teknik yeterlilik düzeyi ve kurumsal yapılarının görünümü bağlamında başka bir ulaşım modeli ile kıyaslanması zordur (Bal vd., 2017). Modern teknolojiyi çok yoğun bir şekilde kullanan, en çok gelişen ve rağbet gören ulaştırma sistemi havayolu ulaştırmasıdır (Uslu, 2011: 29). Havayolu işletmeleri hızlı değişim, yenilikçilik ve yeni teknoloji ile karakterize edilen bir sektördür. Uluslararası havayolu sektörü teknolojik yeniliklerin sınırlarında faaliyet gösterirken heyecan verici, dinamik ve ileriye dönüktür. Buna bağlı olarak bilgi teknolojisine ilişkin, havayolu iş modellerinin birçok yönüyle ayrılmaz bir parça olduğu söylenebilir (Doganis, 2006). Bu sektör için geliştirilen teknolojiler veya icatlar insanlığın faydasına başka alanlara da uygulanır (Cavcar vd , 2015).

ATAG 2018 raporuna göre havayolu ulaştırmasının teknolojik faydaları:

2009'dan itibaren 12.200'den fazla yeni uçağa yeni teknoloji, alt yapı düzenlemeleri ve operasyonel verimlilik ile birlikte 1 trilyon dolar harcanarak 10 milyar tonun üzerinde karbondioksit önlenmiştir. Hava trafiği yönetiminde modernizasyon yapılarak yeni prosedürler ve teknolojiler ile kapasite artırılması ve uçuş rotalarının kısaltılması, verimliliği artırarak gecikmelerin azaltılması ve tasarrufun sağlanması hedeflenmektedir.

İşletmeler, emisyonları azaltabilmek için yeni teknolojiler, gelişmiş alt yapı ve yeni teknoloji ile pazara dayalı emisyon stratejisini uygulamıştır. Bu iyileştirmeler muazzam kazanımlar sağlamıştır. En önemli kazanım emisyon tasarrufu yani uçak teknolojisi ile havacılık yakıtları ile sağlanacaktır.

2030 yılına kadar bölgesel, jet uçaklar boyutunda elektrikli uçaklarla hizmete girilebileceği ve bunun da yakıt açısından büyük bir fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Gelecekteki yeni teknolojiler, sera gazının emisyonlarını kritik ölçüde azaltma imkanına sahiptir ve bu uygulamalar ve çözümler daha fazla artırım olacağını göstermektedir. <https://aviationbenefits.org/environmental-efficiency/climate-action/efficient-technology/>

2.6. Havayolu İşletmeleri Ürünü

Havayolu işletmeleri ürünü hem somut hem de soyut değerlerden oluşmaktadır. Havayolu işletmeleri, tüketicilerine (yolcular) sadece fiziki olarak tüketeceği, elle tutulur somut işlevleri olan ürün sunmamaktadırlar. Somut değerler ile beraber soyut değerleri pazarlama karmasını kullanarak ortaya koymaktadırlar.

Havayolu ulaştırma sektörü, kullanılan gelişmiş teknoloji ürünleri ve donanımları, iletişim teknolojileri, nitelikli istihdam gücü, hizmet sürecine dâhil olan yolcular, ulusal ve uluslararası nitelikteki kuralları ve mevzuatı, faaliyet konusuna göre faaliyetlerini yürüten kurum ve kuruluşlar gibi yapıları olan değerli bir sistemdir. Bununla birlikte verilen hava trafik kontrol hizmetleri, haberleşme ve seyrüsefer hizmetleri, bakım hizmetleri bu sistem kapsamındadır. Farklı alt sistemler ve hizmetler kullanılarak yapılan faaliyetler birbirine bağlıdır. Birbirine bağlı bu farklı hizmet sunumları doğrultusunda havayolu ürünü kavramını tanımlamak faydalı olacaktır (Kırgız & Arıkan, 2015: 123).

Havayolu işletmeleri ürünü, hava aracı ile iki nokta arasında yolcu, yük ve posta gibi unsurların havayolu taşımacılığı kapsamında yer değiştirmesidir. Burada temel olan hangi iki nokta arasında taşımacılığın yapılacağını belirlemesidir (Gerede, 2015:5). Temel ürün olan iki nokta belirlendikten sonra ürünün geliştirilmesi birçok tarife, uçuş ağı, zamanında kalkış iniş, kabin tasarımı, hizmet sınıfları, rezervasyon hizmetleri, havaalanı hizmetleri gibi birçok faktöre bağlıdır. Bununla birlikte yolcu

istek ve gereksinimlerine uygun ve yolcuların ödemeye istekli olduğu bir fiyat ile ürün ve hizmetlerin sunulmaya çalışılmasına yönelik faaliyetler havayolu işletmeleri ürününü oluşturmaktadır.

Shaw, havayolu işletmeleri ürününü, uçuş ile ilgili hizmetler ve müşteri hizmetleriyle ilgili hizmetler şeklinde ayırarak bu hizmetlere yönelik kararların havayolu işletmeleri ürünü (hizmeti) için değer yaratacağının önemini vurgulamaktadır. Uçuş ile ilgili hizmetler ve müşteri hizmetleriyle ilgili hizmetler detaylı bir şekilde incelenecektir (Shaw, 2007: 158-173)

2.6.1. Uçuş ile ilgili hizmetler

Yoğun teknoloji ve farklı sistemler ile faaliyetleri yürüten havayolu işletmelerinin hizmet sürecinde de bu faaliyetler birbirlerine bağlıdır. Havayolu işletmeleri ürünlerinin belirli maliyetlerle üretiminden sonra, çeşitli fiyat alternatifi sunarak, yolcuların satın alması ve değer yaratmak için gayret ederler. Bunu gerçekleştirmek için de havayolu işletmeleri ortaya koyduğu hizmeti yani ürünü çeşitlendirir. Bu çeşitlendirmeyi uçuşu doğrudan ilgilendiren kabin tasarımı, hizmet sınıfları, tarife, uçuş ağı, zamanında kalkış ve iniş oluşturur.

2.6.1.1. Kabin tasarımları ve hizmet sınıfları

Kabin, hava aracında yolcuların seyahat ettiği bölümlerdir. Tüm ulaşım türlerindeki taşıtlarda olduğu gibi hava araçların tasarımında öncelik emniyetli, konforlu ve verimli olmasıdır. Yolcuların ruh halinin iyi olması için kabin tasarımı önemlidir. Renklerin uyumu ve düzeni, koltukların tasarımı, bacak aralığı ve rahatlık gibi unsurlar yolcuları sakin ve konforlu şekilde seyahat etmesi açısından önemli rol üstlenmektedir (Jones, 2004). Bununla birlikte yolcu uçakları kabinleri, yolcu kısmı, mutfak, kabin görevlilerinin oturması için alanlar gibi çeşitli bölümlerden oluşur. Uçağın büyüklüğüne, uçuş mesafesine, yolcu trafiğine, verilen hizmet standartlarına göre kabin özellikleri çeşitlilik gösterebilir.

Seyahat (uçuş) sınıfı, toplu taşımalarda konaklama kalitesi olarak ifade edilir. Farklı koltuk, kabin hizmet standartları seyahat sınıflarında kalite unsurları olarak sunulur. Seyahat sınıflarındaki farklılıklar doğrultusunda yolculara uçuş sırasında ve terminalde sunulan farklı olanak ve hizmetler, bazı kısıtlamalar, rezervasyonlu bilet değişikliğindeki iptaller gibi farklı kurallar uygulanabilir (İnan, 2017b: 428).

Havayolu işletmeleri, farklı hizmet sınıfları ve ürün çeşitliliğini sağlayarak yolcu gereksinimlerine cevap verebilmektedir.

2.6.1.2. Tarife planlama ve uçuş ağı yapısı

Türk Dil Kurumu, taşıtların gidiş geliş zamanlarını belirten çizelgeyi tarife olarak tanımlar. Tarife, havayolu işletmelerinde birçok ekonomik ve operasyonel unsurları dikkate alarak uçuş ağındaki noktaların zaman, sıklık, uçağın tipi, personelin atanması gibi düzenlemelerin yapılmasıdır (Radnoti, 2002:297). Tarifenin başka bir tanımını yapacak olursak; kâr ve zararı dengede tutan havayolu işletmesinin yolcuların talebi için yolcuya sunduğu uçuş opsiyonları olarak tanımlanmaktadır (Holloway, 2003:427). Kâr ve zararı dengede tutmasından dolayı işletmenin sürekliliği ve sunmuş olduğu hizmet arasındaki dengeye dikkat etmeli ve finansal açıdan tutarlı etkili bir tarife planlaması yapılmalıdır. İyi ve etkili tarife planlaması ile havayolu işletmeleri, hava aracı ve koltuk sayısında değişikliğe gerek kalmaksızın üretim hacmini artırabilmektedir. Tarife planlamasının etkin olabilmesi için havayolu işletmesinin uçuş ağını yolculara uygun şekilde yapılandırması gerekmektedir.

Havayolu işletmeleri işletmelerinin uçuş ağ yapısı, birbirleri ile bağlantılı ve bu bağlantılardan destek alarak güç kazanan uçuş hatlarının bir araya getirilmesiyle oluşturulan yapı olarak tanımlanmaktadır (Holloway, 2008: 365). Başka bir tanımı ise ulaştırma hizmetinin başlangıç-varış yerlerinin seçimi ve bu yerler arasında uçakların rotalarıdır (Lederer & Nambimadom, 1998:). Havayolu işletmelerinde uçuş ağının büyük ve geniş olması avantaj sağlayabilir.

Uçuş genişliği uçuş yapılan noktaların küresel düzeyde olduğunu, büyüklüğü ise havayolu işletmelerinin uçuş yaptığı havaalanı sayısının çok olduğunu göstermektedir. Büyüyüp genişleyen uçuş ağları yolcuların istedikleri noktadan istedikleri noktaya, başka ulaşım türüne çok fazla ihtiyaç duymadan havayolu ulaştırması üzerinden ulaşma olanağını arttırmaktadır (Gerede 2017: 140).

2.6.1.3. Zamanında kalkış ve zamanında varış

Havayolu işletmelerinde kalitenin ölçülmesinde kullanılan önemli parametrelerden biri zamanında kalkış ve zamanında varıştır. Havayolu sektörü kırılgan bir sektör yapısı içerisinde ancak zamanında kalkış ve varış performanslarını arttırarak başarılı olabilmektedir. Doğru uçuş tarifesi, personelin gecikmeyi önleme tekniklerini

öğrenmesi ve bunları uygulaması havayolu işletmelerinin zamanında kalkış-iniş performansı için öncelikli kritik hususlardır (Ateş & Kağnıcıoğlu, 2012). Havayolu işletmeleri uygun araç ve personel ile operasyonu ve tarifelerini aksatmayacak şekilde kalkışı ve inişi daha önce belirlenen zaman dilimi içerisinde gerçekleştirmektedir (Karagülle & Birgören, 2013 :15). Uçuş tarifesinde yer alan uçuşun, ilk 15 dakika içerisinde gerçekleşmesi uçağın zamanında kalkış yapması olarak kabul edilir (Gerede, 2017: 118). Havayolu işletmeleri uçuşların zamanında yapılmasını istemektedirler. Uçuşta yaşanan gecikmeler, fazladan yakıt, sermaye, emek ve diğer kaynakların tüketilmesine sebep olur. Bu tüketimler havayolu işletmesinin maliyetlerini artırır (Yimga, 2020).

Havayolu işletmelerinde gecikmeler, slot ve permi haklarının kaybedilmesine sebep olabilir. Bu durum müşteri kaybına ve havayolu işletmesinin imajının ve prestijinin sarsılmasına sebep olabilir. Bu yüzden tarifeli havayolu işletmeleri için zamanında kalkış ve iniş performans göstergelerine dikkat edilmelidir.

2.6.2. Müşteri Hizmetleriyle İlgili Hizmetler

Müşteri hizmetleri; havayolu işletmeleri ürün ve hizmet satış noktası hizmetleri, rezervasyon hizmetleri, kabin içi hizmetler, havaalanı hizmetlerini kapsamaktadır.

2.6.2.1. Havayolu işletmeleri ürün ve hizmet satış noktası hizmetleri

Müşteriye, hizmet ya da ürünün rezervasyon yapıldığı yerlerde sunulan hizmetleri tanımlamak için hizmet satış noktaları ifadesi kullanılır. Hizmet satış noktaları; sayısı, çeşitliliği açısından havayolu işletmeleri için genellikle kurulması zor alanlar olmuştur. Havayolu işletmeleri geçmiş yıllarda müşterilerle birebir kendileri ilgilenmek istemişlerdir, bunun için fiziksel olarak satış noktaları ve kendi çağrı merkezleri ile hizmet vermişlerdir. Ayrıca bu işletmeler seyahat acentelerinin aracılığı ile hizmet vermek için anlaşmışlardır. 1990'lı yılların sonuna kadar küresel dağıtım sistemleri rezervasyon için ücret talep etmiştir. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile planlama ve satın alma alışkanlıkları değişerek alternatifler artmıştır (Cam, 2019 74-75). Teknolojinin gelişmesi yolcuların internet üzerinden rezervasyon yapmaları, havaalanlarına ya da seyahat acentelerine gitmeden biletlerini alabilmeleri sayesinde havayolu işletmelerinin seyahat acentelerine ödedikleri komisyonları azaltmıştır. Havayolu işletmeleri daha az maliyetler ile tasarruf yapabilmektedirler (Şengür, 2004 :48). Havayolu işletmelerinin bilet satış ve

rezervasyon ofisleri, seyahat acenteleri, otomatik bilet satış makineleri, havayolu işletmelerinin çağrı merkezleri, internet, bilgisayar sistemlerinin hepsi satış noktası olarak görülmektedir.

2.6.2.2. Rezervasyon hizmetleri

Rezervasyon havayolu işletmeleri ve yolcular için önemli bir süreçtir. Rezervasyon konaklama ve ulaşım işletmelerinden yer ayırma faaliyetidir. Belirli bir finansal güce, kaynağa ve taşıma hacmine sahip olan ve hizmet kalitesine güvenen havayolu işletmeleri ya var olan sistemlere üye olmakta ya da kendi geliştirdikleri rezervasyon sistemlerini kullanmaktadır (Gün, 2001: 17). Yolcular rezervasyon işlemlerini hem mobil cihazlardan hem de havayolu işletmelerinin web sitelerinden yapabilirler. Ayrıca havayolu işletmelerinin satış ofislerinden ve acenteler sayesinde rezervasyon yapabilmektedirler. Koltukların boş kalmaması için rezervasyon süreleri kısadır. Rezervasyonların gerçekleşmemesi havayolu işletmelerinde doluluk oranını düşürmektedir. Doluluk oranını artırmak için havayolu işletmeleri fazladan rezervasyon (overbooking) yöntemini kullanmaktadır. Overbooking, yolcu talebinin fazla olduğu dönemlerde rezervasyon değişikliği ya da iptali durumlarına karşı uçaktaki koltuk arz sayısından fazla rezervasyon yöntemidir.

2.6.2.3. Havaalanı hizmetleri

Havaalanı hizmetleri rezervasyonun bilete dönüştürülmesi işleminden sonra havalanında verilen hizmetlerdir. Havaalanı hizmetleri birçok faaliyeti kapsamaktadır. Bu faaliyetler giriş kapılarında bulunan güvenlik hizmetleri, yolcu kayıt (check-in) hizmetleri, yolcunun bagaj işlemleri, pasaport işlemleri, uçak kabul (boarding) hizmetleri ile uçağa uçuş koridorlarında verilen hizmetlerin tümüdür (Yont, 1988: 21). Özellikle kısa mesafeli hatlarda havaalanlarında geçirilen toplam süre uçuş süresinden fazla olabilir. Bu sebepten dolayı havaalanı seçimi yolcular için önem arz etmektedir (Cam, 2019: 76).

2.6.2.4. Kabin içi hizmetler

Havayolu işletmelerinin, müşterilerle doğrudan iletişim sağladıkları kabin içi hizmetler, uçuş anı hizmetleri olarak da adlandırılıp, koltukların rahatlığı, personel hizmeti, ikram (yiyecek-icecek), kabin içi eğlence gibi hizmetleri kapsamaktadır (Yağcı & Görkem, 2016: 434).

Havayolu işletmelerinin kendine özgü belirlediği hizmet politikaları ile kabin içi servis yapılandırılır. Bu durum yolcunun konforuyla ilgili tüm faaliyetleri kapsarken, uyulması gereken yasal zorunluluklar da bu süreci kapsamaktadır. Yolcunun konforu birçok unsura bağlı olup, kabin içi servis bu unsurlardan biridir ve havayolu işletmesinden havayolu işletmesine farklılık gösteren kabin içi servis, uçuş tipi, uçuş süresi gibi faktörlerden dolayı da farklı sunulmaktadır (Jones, 2004: 30).

Kabin içi hizmetler, koltuk rahatlığı, ikram, kabin içi eğlence, personel gibi hizmetleri bünyesinde barındırır.

A. Koltuk rahatlığı

Yolcular için koltuk rahatlığı koltuklar arası mesafe, genişlik, ergonomiklik gibi birçok faktöre bağlıdır. Havayolu işletmeleri reklamlarında koltuk rahatlığını sık sık kullanır. Yolcular için koltuk rahatlığı ve diz mesafesinin yeterliliği önemlidir (Sezgen vd., 2019).

Belirlenen bir referans noktasına önlü arkalı iki koltuğun mesafelerinin inch türünden değerine koltuk aralığı denir. Koltuğun en solu ve saği arasında kalan mesafenin inch türünden değeri koltuk genişliği olarak tanımlanmaktadır (Hinninghofen ve Enck, 2006). Koltuk konforu ve koltuk genişliği kabin içi hizmetler için önemlidir.

B. Personel-servis

Havayolu işletmelerinin hizmet kalitesinin giderek artması, yolcularda daha iyi hizmet beklentilerini artırmaktadır. Bundan dolayı ihtiyaç ya da şikâyetlerini belirtme hususunda eskisi kadar tereddüt yaşamamaktadırlar. Bunun sonucu olarak havayolu işletmelerindeki personelin müşteriler ile ilişkilerde özenli, sabırlı, profesyonel olmalı ve sorun çözümleri için yardımcı olarak ihtiyaçlarını karşılamalıdır (Chena & Chao, 2015:61).

Havayolu seyahati deneyiminde yolcular bazen stresli olma eğilimindedir ve havayolu ulaştırması özellikle uçağa ne zaman, nasıl binileceği, nerede oturulacağı gibi konuların kontrol edilememesi sebebiyle diğer ulaştırma türlerine göre farklılık oluşturur. Üstelik yolcular sıkı güvenlik ve emniyet kontrollerine tabi olurlar. Havayolu seyahat ortamlarında, uçuş aksaklıkları, uzun kuyruklar, yolcuların birbirlerine karşı kötü tavırları sebebiyle yolcular kızgın ve endişeli davranışlar sergileyebilirler. Bu durumlar yaşandığında personelin gösterdiği davranış biçimi

yolcuların endişesinin ve kızgınlığının artmasına ya da azalmasına sebep olur. Tüm yolcu grupları için personelin profesyonelliği ve hizmeti önemli bir hoşnutluk göstergesi olarak görülmektedir. (Sezgen, Keith, & Mayer, 2019:71). Hoş deneyimler için havayolu işletmeleri işletmesinin personeli, müşteri ile havayolu işletmesi arasında tüm etkileşimleri üstlenmesi gerekebilir (Forgas, vd., 2010: 232). Kabin içi hizmetlerde özellikle kabin görevlilerinin sayısı, yolculara karşı tutumu ve davranışı bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Kabin görevlilerinin asgari düzeyde sayısı mevzuatlarda belirtilmiştir. Daha kaliteli hizmet sunmak isteyen havayolu işletmeleri kabin görevlilerini sayı olarak daha fazla planlamaktadırlar. Kabin görevlisinin misafirperver davranışları önemli olmaktadır.

C. Yiyecek-içecek (ikram)

Yiyecek içecek servisi, yolcular için farklı yemek seçeneklerinin olduğunu belirtir (Sezgen vd., 2019). Yiyecek içecek servisi uçaklara havaalanlarında yiyecek, içecek, temizlik gibi ihtiyaçları sağlamak ile yükümlü bir hizmet birimidir. Yiyecek içecek servisinin temel görevi uçuş sırasında ve havaalanı bekleme salonlarında verilecek olan yiyecek ve içecek hizmetlerinin tedarik edilmesi, pişirilmesi ve yolculara ikram edilmesi sürecindeki tüm hizmetlerdir. Bu hizmetlerin kapsamlı şekilde planlanması ve bu planların uygulanması oldukça önemli ve karmaşıktır (Zahari vd., 2011:1982). Bir havayolu işletmesinin, diğer havayolu işletmelerinden farklı olabilmek için sundukları hizmetler arasında değişiklik yapılması en uygun olan hizmet, kabin içi ikram hizmetidir.

Yolcular ve uçuş personeli için sunulan yiyecek ve içecekler paket olarak ikram edilebildiği gibi, uçak içerisine porsiyonlanarak ısıtma sistemli arabalar ile uçaklara verilebilmektedir (Aktaş, 2011: 11). Türk Hava Yolları uçuşları esnasında, uçan şefler hazırladıkları yiyecek ve içecekler ile restoranların hizmetlerini aratmayacak şekilde Türk misafirperverliğini sunmaktadır (<https://www.turkishairlines.com/tr-tr/ucak-bileti/ucus-deneyimi/ucak-ici-ikram/index.html>) Yolcunun seyahat ettiği sınıfa, uçuşun tipine, süresine göre; uçuş esnasındaki ikram hizmeti farklılıklar gösterebilir. Uzun uçuşlarda bazı havayolu işletmeleri tam bir menü ikramı hizmeti verirken, bazı havayolu işletmeleri ise bu hizmeti vermemekte ya da ek bir ücret ile vermektedir. Aynı şekilde yolcuların seyahat ettiği sınıfa göre de ikram çeşitliliği farklılık göstermektedir.

Bununla birlikte havayolu işletmelerinde ikram, uçuşta yolculara sunulan yiyecek içeceklerin (inflight service) belirlenen standartlara ve gıda üretim mevzuatına uygun bir şekilde sağlanmalıdır (Cavcar vd, 2015: 137). Havayolu işletmeleri, pazardaki konumlarında rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için ikram faktörünü sıklıkla kullanmaktadır (Önen & Karabulut, 2018: 201).

D. Kabin içi eğlence

Havayolu ulaştırma sektöründe havayolu işletmelerinin önemli yatırımlar yaptığı alanlardan biri de uçuş esnasında sunulan eğlence sistemleridir. Kabin içi eğlence 1960 yılı itibari ile ilgi görmeye başlamış ve zaman içerisinde donanımsal ve yazılımsal gelişmeler kaydetmiştir (Ateş & Ürgün, 2017: 429). Yeni nesil kabin içi eğlence sistemleri doğrultusunda ticari uçaklar ses, video, telefon, multimedya gibi hizmetleri daha fazla sunmaya başlamıştır (Sarno vd, 2013). Seyahat sırasında akıllı telefon kullanımı yolcular için çok yaygın bir aktivitedir. Özellikle havayolu işletme yolcuları internet olmadığı zamanlarda bile bazı eğlence aktivitelerinden faydalanabilmektedir. Bu durum kabin içinde cep telefonları için destek veya yardımcı tasarımlar (USB güç kaynağı, mobil tutucular), pil ömrünü uzatan teknolojik aletler yolcuların konforunu etkilemektedir ve önemli kabul edilmektedir. Akıllı eğlence cihazlarının yaygınlaşması, yolcularda eğlence kaynağı beklentilerini kişisel tercih düzeylerini yükseltmektedir (Wang vd 2021).

Kabin içi eğlence sistemleri yolcu tercihlerini etkileyen birincil unsur olmamasına rağmen uzun mesafeli seyahatlerde kabin içi eğlence sistemlerinden faydalanmak istenilebilir. Uzun mesafeli seyahatlerde yolcuların rahat ve konforu için gerekli ihtiyaçları karşılanmaktadır. Buna ek olarak havayolu işletme imajı ve markası için önem arz etmektedir (Alamdari, 1999). Kabin içi eğlence sistemleri özellikle hizmet sınıflarında farklılık göstermektedir. Özellikle iş amaçlı uçan yolcular kabin içi hizmet ve kabin içi eğlence sistemlerinin yüksek standartlarından yararlanmaktadır.



3. MİSAFİRPERVERLİK VE EV SAHİPLİĞİ

Bu bölümde ilk olarak misafirperverlik ve ev sahipliği kavramları ele alınacaktır. Daha sonra Anadolu’da misafirperverlik konusu hakkında bilgi verilecektir. Bir sonra ki aşamada ise misafir memnuniyeti ve misafir memnuniyetini etkileyen faktörlerden bahsedilecektir.

3.1. Misafirperverlik Kavramı

Kökleri kadim zamanlara dayanan değerler arasında yer alan misafirperverlik, toplumların gelenek ve görenekleri sonucu ortaya çıkan sosyal bir olgudur. Söz konusu kavramın tanımına yer verilmeden önce kelimenin kökenine ilişkin inceleme yapılacak, ardından kelime anlamından yola çıkarak tarihsel süreç incelenecektir.

Misafir kavramı Türkçeye Arapçadan (dayf, musāfir) geçmiş ve aynı kökten türetilen ziyafet de dâhil misafir ağırlama, ikram etme gibi anlamlara gelmektedir (Çağrı, 2005: 171). Arapçada bu anlamda kullanılan misafir kavramı Türkçe sözlüklerde konuk olarak yer almaktadır. Bu bağlamda misafir kavramı birinin evine veya bir yere kısa süreli ziyaret gerçekleştiren kimse olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Misafirlik olgusu çok eski bir kavram olup, eylemi gerçekleştiren kişi olan misafir, ansızın gelen ve ev sahibinin iyi karşılamaya çalıştığı kişi demektir. Söz konusu kavram, geçmişte, yola veya sefere çıkmak anlamında da kullanılmıştır (Toprak, 2019: 76). Ulaşımın günümüzden farklı olarak, bu kadar erişilebilir ve yoğun olmamasından dolayı yola çıkan insanlar genellikle evlerine ulaşamadıklarında bir yerlerde konaklamışlardır (Sancak vd. 2013: 147).

Misafir kelimesi, günümüzde birçok bağlamda kullanılmaktadır. Bu duruma ilişkin en güzel örnek, Türk kültüründe kapıya gelenin boş çevrilmediğini ifade etmek için kullanılan tanrı misafiri tabiri olup söz konusu tanrı misafirinin beraberinde bolluk ve bereket getireceğine inanılır (Altunbay, 2016: 360). Ansızın gelen tanıdık ya da yabancı kişiler için kullanılmış olan bu tabir günümüzde hâlen yaygın olarak geçerliğini sürdürmektedir (Arslan, 1999: 190). Türk toplumunda gelen misafirin kimliği veya sahip olduğu inanç önemli değildir. Misafirin rahat edebilmesi için her türlü çaba gösterilir, gelen misafire karşılık beklenmeden ikramlarda bulunulur ve hizmet edilir (Toprak, 2019: 76). Türkler için misafiri güler yüzle iyi karşılamak ve ağırlamak, misafiri memnun etmek önemli ve zorunlu bir görev sayılır (Doğan, 2007:

28). Misafire yönelik bu davranışlar misafirperverlik kavramının önemini ve değerini gözler önüne sermektedir.

Misafirperverlik kavramına ilişkin hem siyasi hem de kültürel tanımlar mevcuttur. Siyasi açıdan incelendiğinde, Kant'ın ve Derrida'nın misafirperverlikle ilgili tanımları öne çıkmaktadır. Bu bağlamda misafirperverlik kavramını Kant, "Dünya vatandaşlık hukuku, evrensel misafirperverlik şartıyla sınırlandırılmalı" şeklinde belirtirken, Derrida yabancıları davet etmek ve yiyecek içecek sunmak, hoş karşılamak ve ağırlamak gibi kavramlar üzerinden tanımlamaktadır (Cevheri, 2014: 98). Misafirperverlik burada sadece misafire karşı güzel davranışlar sergilemek anlamında kullanılmayıp, ayrıca yabancıların güvenliklerinin sağlanmasını da kapsamaktadır (Kaya, 2018: 40).

Misafirperverlik kavramını kültürel bağlamda değerlendirmek de mümkündür. Öyle ki, misafirperverlik eylemi sonucunda farklı sosyal ve kültürel yapılar oluşabilmektedir. Bu bağlamda, söz konusu misafirperverlik eyleminin temel işlevlerinden birinin bilgi alışveriş sürecinin organize edilmesi olduğu söylenebilir. Geçmişte bilgi kaynaklarının çok zayıf olmasından dolayı; bireyler, toplumlar ve kültürler arasındaki bilgi alışverişi seyahatler sayesinde yapılabilmekteydi (Ganiyeva, 2021: 359).

Mevlana, misafirin davet edilmesini ve misafire sofranın açılmasını öz temizliğin göstergesi olarak saymakta ve misafir davet etmenin, misafiri doyurmanın, misafire iyilikler yapmanın misafire güven telkin edilmesi ve misafirlere karşı herhangi bir kötü düşüncenin olmadığı anlamına geldiğini açıklamaktadır (Taş, 2021: 756). Buradan hareketle, aile ve aile yaşamı ile birebir yakın etkileşim içinde meydana gelen misafirperverliğin önemli gelenek ve göreneklerden biri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle toplumların sahip olduğu misafirperverlik olgusu, esasında yaşamlarının ayrılmaz bir parçasıdır. Farklı bir ifadeyle misafirperverlik, bireylerin gerek günlük hayatlarında gerekse hayatları boyunca sahip oldukları ve diğer bireyler ile etkileşimlerini sağlayan önemli bir olgudur (Ganiyeva, 2021: 356).

3.2. Ev Sahipliği Kavramı

TDK "ev sahibi" kavramını konuk ağırlayan kimse, kurum, şehir vb. olarak tanımlamaktadır. Ev sahibi, evin reisi anlamına gelmekte; ev sahibinin görevi ise yakışır bir şekilde misafiri ağırlamak, güzel bir sofranın açmak, yatak odasını

hazırlamak, eğlendirmek, emniyetini ve güvenliğini sağlamaktır (Khvedeliani ve Altun, 2019: 414). Gerek misafir gerekse ev sahibi yaşadığımız kültürde önemli bir yer tuttuğundan, söz konusu kavramlara ilişkin Türkçede çokça söz bulunmaktadır. “Ev sahibi misafirin hizmetkârıdır. Gelene git denilmez. Konuğa hürmet eyle eğerci kâfir olsa da. Konuğun rızkı ardından gelir. Konuk sevenin sofrası boş kalmaz. Misafir kısmeti ile gelir. Misafir misafir üzerine olur, ev ev üzerine olmaz. Misafirin ayağı uğurludur” gibi sözler gündelik hayatta sıklıkla kullanılmaktadır (Yurtbaşı, 2012: 370).

Mevlana gelen misafirin ağırlanmasının, misafire izzet ve ikramda bulunulmasının, misafirin korunmasının, misafirin sıkıntılarına ortak olunmasının ev sahibinin şanından olduğunu ifade eder. Bu bağlamda Mevlâna misafiri gözetme ve koruma, misafire değer verme ve ikramlar sunma, misafiri gerektiği gibi ağırlama ve misafirden kaynaklı sıkıntılara katlanma gibi hususları iyi ev sahibi olmanın özellikleri arasında saymaktadır (Taş, 2021: 756).

Ev sahibi, misafiri iyi ağırlamak için genellikle olanakları doğrultusunda bir usul belirler. Misafir ev sahibinin bu usulüne uymadığında, hem ev sahibi hem de misafir için uygun olmayan durumlar oluşabilmektedir (Karadağ, 2008: 47). Misafirperverliğin istenilen şekilde tesis edilmesi bu durumlara dikkat etmek ile sağlanabilmektedir. Ne var ki eşitsiz bir güç ilişkisi söz konusu olduğunda misafirin rolü üzerinde ev sahibinin rolünün hâkim olduğu unutulmamalıdır (Robinson ve Lynch, 2007: 141). Hal böyle olsa da, tatsız hadiselerin yaşanmaması için hem misafirin hem de ev sahibinin karşılıklı rızası şarttır. Taraflardan birinin rızası olmadan yapılan ziyaretler, misafirliğin amacına uygun düşmez. Kaynaşmanın ve muhabbetin artması amacı ile yapılan ziyaretler memnuniyetsizliğe hatta kırıgınlıklara yol açabilir (Karadağ, 2008: 104). Şu halde, hem ev sahibinin hem de misafirin dikkat etmesi gereken hususlar olduğu söylenebilir.

Ev sahibinin misafirini ayakta karşılaması, hoş geldin demesi, halini hatırını sorması, gerektiğinde misafiri bir müddet yalnız bırakması gibi yazılı olmayan kurallar vardır. Ev sahibinin söz konusu kurallara riayet etmesi neticesinde, misafiri karşılama adabına uygun davranışlar sergilemiş olur. Dahası misafiri ağırlama adabı; ikramda bulunulmasını, ayırım yapılmaksızın her misafirin ağırlanmasını, güler yüzlü davranılmasını ve misafire oda ya da yatak verilmesini de içerir. Misafiri uğurlama

sırasında güler yüzlü olunması da yine bu bağlam içerisinde düşünülmelidir. Diğer yandan misafirin uyması gereken kurallar ise davete icabet etmesi, eve giriş esnasında izin istemesi, selam vermesi, güzel giyinmesi, kapıyı çaldığında kendini tanıtmaması, geleceği zamanı önceden bildirmesi, uygun zamanı seçmesi, ev sahibinin hatırını sorması şeklinde sıralanabilir. Kendisine sunulan ikramı beğenmemeklik etmeme, misafirliğin süresini uygun şekilde ayarlama, misafirlik bitiminde ev sahibini kendi evine davet etme gibi hususlar misafirin dikkat etmesi gereken diğer yazılı olmayan kurallardır (Karadağ, 2008: 67-102). Ayrıca misafir kendisine sunulmayan herhangi bir şeyi talep etmemeli, ev sahibine hakaret etmemeli ve sunulan şeyleri geri çevirmemelidir. Benzer şekilde ev sahibi de misafire karşı hoşgörülü olmaya, hakaret etmemeye ve misafirin onurunu korumaya yönelik davranışlar sergilemelidir (Evciman, 2019: 95).

3.3. Anadolu Misafirperverlik

Türk kültürünün en temel değer ve geleneklerinin çıkış noktası Orta Asya olduğu gibi, Türklerdeki geleneksel konukseverliğin çıkış noktasının da Orta Asya olduğu düşünülmektedir. Ancak yüzyıllar boyunca birbirinden ayrı yaşayan Türk gruplarının misafirperverlik anlayışlarında özü aynı kalmakla birlikte uygulamada değişik tutum ve davranışlar oluşmuştur (Doğan 2007:43). Anadolu misafirperverliği ise Türkiye'nin misafirperverlik temelini ve köklerini oluşturmaktadır. Türkiye Misafirperverliği Anadolu'da yaşayan farklı halklardan etkilenerek birçok davranış ve tutumdan oluşan geniş bir kültürü yansıtmaktadır (Serçek ve Özalta,2016: 142).

Anadolu'da misafirperverlik değeri çok eskiye dayanmaktadır. Tanınmış bir seyyah olan İbn-i Batuta, 14. yüzyıl başlarında Anadolu'da bir gezi yapmış ve bu gezisinde Ani Tekkelerinde konaklaması sırasında Türklerin misafirperverliğinden seyahatnamesinde övgüyle bahsetmiştir. Öyle ki, İbn-i Batuta Anadolu misafirperverliği için “Tanrı, güzelliklerini öteki ülkelere ayrı ayrı dağıtırken, burada hepsini bir araya getirmiştir. Burada dünyanın en güzel insanları, en temiz giyimli halkı yaşar, en nefis yemekler pişirilir. Tanrı'nın yarattıkları içinde en şefkatli, en misafirperver halk Anadolu'dadır.” ifadesini kullanmıştır (Karadeniz, 2019: 143).

Ayrıca Anadolu'da Hz. İbrahim'in misafir ağırlama inancı ve misafirperverlik geleneği birbiri ile ilişkilidir. Hz. İbrahim'in cömert bir misafirperverlik anlayışı doğrultusunda sofrasını yabancılara açan bir kişiliği vardır. Anadolu halkı da bu

güzel davranışı kendisine örnek almış ve gerek evini gerekse sofrasını misafirlere ve yabancılara açmıştır. Bu durumun neticesi olarak da Anadolu genelinde “Halil İbrahim Sofrası” tabiri ortaya çıkmıştır (Şimşek 2014’ten aktaran Kaya, 2018: 51). Bu bağlamda ev sahibi misafire sofra açar ve imkânları doğrultusunda yöresinin en güzel yemekleriyle ikramda bulunur.

Anadolu misafirperverliğinde İslam dini de önemli bir kaynak olmaktadır. Birçok ayet ve hadisler misafirperverlik geleneği ile bağdaşmakta veya İslam dininin, Anadolu Misafirperverlik kültürünü etkilediği sonucu ortaya çıkmaktadır. Anadolu kültüründe devlet yönetimi de kervansaraylar yaparak misafirperverlik kültürünün önemli somut kaynakları olarak görülmektedir. Yoldan geçenlerden din, dil, ırk ayrımı yapılmadan ve hiçbir ücret talep edilmeden konaklayabilecekleri ve yemek yiyebilecekleri konaklama yerleri yaptırmışlardır. Bu yerlerde hasta olanlara bakılır, ilaç verilir, ekmek ve sıcak çorba ikramı yapılırdı (Çubukçu 2016: 15).

Sonuç olarak, misafir Türk kültüründe ve inancında her zaman önemli bir yere sahiptir. Ev sahibinin misafire hoşgörü ve saygı göstererek ikramlarda bulunması, gelen misafirin aç ya da tok olduğu fark etmeksizin sofranın kurulması Anadolu toplumunun ne kadar misafirperver olduğunu göstermektedir (Toprak, 2019: 78). Tüm bu değerlendirmeler kapsamında *Anadolu misafirperverliği*; habersiz ya da haberli gelen yabancı ya da bilinen biri için karşılık beklenmeden gelen kişinin ihtiyaçlarının karşılanması, yardımsever ve ilgili bir şekilde ağırlanması kültürü olarak ifade edilebilir (Çubukçu, 2016: 14).

3.4. Misafir Memnuniyeti Kavramı

İşletmelerde misafir ilişkilerinin temeli misafirin tanınmasına, misafir ihtiyaçlarının farkında olunmasına ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda ürün ve hizmet geliştirilmesine dayanır. İşletmeler bu sayede öncelikli olarak misafiri kazanmayı ve misafir memnuniyetini gerçekleştirmeyi hedeflemekle birlikte üstünlük, rekabet, iyi işletme imajı, ürün ve hizmet konumlandırma gibi hedeflerin de gerçekleşmesi için çaba sarf eder (Kozak, 2008: 391). Hizmete yönelik istek ve beklentilerin sunulması ile ortaya çıkan memnuniyet misafir deneyimi olarak tanımlanmaktadır (Aslan ve Akova, 2018: 2334).

Misafir memnuniyeti, bir ürün veya hizmete ilişkin satın alma faaliyetinden önceki beklenti ve satın alma faaliyetinden sonra yaşanan deneyimin hoşnut edici olması

durumudur. Misafir memnuniyeti işletmelerin sürdürülebilirliği için gereklidir. İşletmeler sürdürülebilirliklerini gerçekleştirebilmek için, devamlı değişen ve gelişen misafir isteklerinin neler olduğunu araştırmalı ve hizmetlerini bu istek ve ihtiyaçlara göre tasarlamalıdır. Bu durum işletmeye bağlılığı artan misafirler ile birlikte işletme gelirlerinde artışı beraberinde getirecektir (Turan, 2014: 48).

3.5. Misafir Memnuniyetinin Önemi

Küreselleşmenin birçok alanda olduğu gibi topluma ilişkin sistemin tüm alt yapısını etkilemesi, uluslararası rekabette artış, kalite kavramı ile ilgili yeni görüşlerin ortaya çıkması ve yeni gelişmelerin yaşanması, ilişkisel pazarlama gibi kavramların ortaya çıkması, misafir farkındalığının önem kazanması gibi benzer birçok faktör, misafir memnuniyetinin sağlanmasının önemini ortaya çıkarmaktadır (Özçelik, 2007: 84). İşletmelerin misafirlerin ihtiyaçlarına ve isteklerine yönelik ürün ya da hizmet sunamamaları ya da sunsalar bile misafirlerin bu ürün ve hizmetlerden memnun kalmamaları halinde misafirlerin farklı işletmelere yönelmesi muhtemeldir. Bu durumun işletmeler üzerinde yaratacağı negatif etkiden dolayı misafir memnuniyeti son derece önem arz etmektedir (Demirel, 2019: 18).

İşletmelerin mevcut misafirlerini sürekli misafir olarak tutabilmesi ve yeni misafir elde edebilmesi, mevcut misafirlerini memnun edebilmesine bağlıdır. Misafiri memnun etmek ise işletmeler için en büyük başarı olarak nitelendirilmektedir (Eser, 2002: 78). Öyle ki, misafir bağlılığının tesis edilebilmesi bağlamında misafir memnuniyetinin sağlanması büyük önem taşımaktadır (Aslan ve Akova, 2018: 2334)

Hizmet sektöründe misafir bağlılığının sağlanabilmesi için yoğun çaba harcanmaktadır. Bu durumun temel sebebi ise bağlı olan misafirlerin daha fazla kârlılık oranı getireceğine inanılmasından kaynaklanmaktadır. Memnuniyet derecesinin yüksek olması ise, ağızdan ağıza tanıtım yoluyla yeni misafirlerin işletmeye kazandırılmasını sağlamaktadır (Başer, 2019: 54).

3.6. Misafir Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Misafir memnuniyetini etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Söz konusu faktörler arasında hizmet kalitesi, beklentiler, performans, fiyat ve kültür başlıkları yer almaktadır (Türkoğlu, 2011: 12).

3.6.1. Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi bir hizmetin mükemmelliği ya da üstünlüğü ile ilgili genel bir yargı olarak tanımlanmaktadır (Parasuraman vd. 1988: 15). Hizmet kalitesinin içeriğine ve kapsamına yönelik bir diğer açıklamada hizmet kalitesi, misafirlere hizmet verilmeden önce hizmet performansı ile ilgili beklentileri ve hizmet verildikten sonra oluşan algıları arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Conolly 2007: 130). Literatüre geniş kapsamda bakıldığında ise hizmet kalitesinin hem misafirler hem de işletmeler açısından değerlendirildiği görülmektedir. İşletmeler açısından ele alındığında, hizmet kalitesi misafirlerin ilgili fiyatı ödemeye istekli olmaları kaydıyla işletmelerin belirli kalite düzeyindeki hizmetleri sunmaya istekli olmaları ile açıklanmaktadır. Diğer yandan misafirler açısından değerlendirildiğinde hizmet kalitesi, işletmeler tarafından sunulan hizmetlerin performansı ile ilgili düşünceleri ve yargıları olarak kabul edilmektedir. Söz konusu düşünce ve yargılar misafirlerin ihtiyaçlarını karşılayan belirli nitelikler kullanılarak ölçülmektedir. Bu bağlamda misafirlere sunulan hizmetler, misafirlerin beklentilerini karşılaması halinde hizmet kalitesi yüksek, aksi durumda ise düşük olarak nitelendirilmektedir (Sakı, 2020: 2).

3.6.2. Beklentiler

Misafir beklentileri, daha önce yaşanan satın alma deneyimlerinden, çevresindeki arkadaşlarının düşüncelerinden, rakiplerin ve pazarlamacıların vaatlerinden etkilenmektedir (Karakuş vd., 2022: 40). Bununla birlikte beklentiler; misafir ve işletme arasındaki ilişki, ihtiyaç ve beklentilerin tespit edilmesi, gerekli çalışmaların yapılması ve misafirlerin işletme ile olan bağının kuvvetlendirilmesi açısından önemlidir. Teknolojik gelişmeler doğrultusunda rekabette yaşanan değişimlerle birlikte misafirlerin istek ve beklentileri ile ilgili değişiklikler olmuştur. Misafirlerin bilinçlenmesi ve daha seçici olmaları; kendilerine değer verilmesini, kendilerine sunulan mal ve hizmetlerin istek ve beklentilerini karşılayabilecek durumda olmasını ve kendileriyle daha şeffaf ve güvene dayalı bir ilişkinin kurulmasını gerektirmektedir (Odabaşı, 2017: 14)

Misafirin geçmiş zamanda ki tecrübesi ve ilgilerine göre şekillenen ve beklentisinin karşılanma seviyesi ile memnuniyeti oluşturmaktadır. Misafirin bir ürün veya hizmeti kullanım sonrasında ulaştığı memnuniyet derecesi hem de müşterinin

gelecekte o hizmet ve ürünle ilgili beklentisinde farklılıklara sebep olmaktadır ve bu durum satın alma davranışını etkilemektedir (Karakuş vd, 2022: 40).

3.6.3. Fiyat

Fiyat hem misafirler hem de işletmeler açısından önemli bir konudur (Öztürk, 2011: 110). Ürün veya hizmeti değerlendirme aracı olan fiyat, misafir memnuniyeti açısından da önemlidir. Misafirler doğası gereği ürün ve hizmetleri uygun bir fiyata almayı ister. İşletmeler ise doğru fiyatlama ile kâr hedefine ulaşmayı amaçlar (Gülçubuk, 2008: 16).

Fiyat ile ürün ya da hizmet arasında karşılıklı olarak etkileşim vardır. Misafirler ürünleri ya da hizmetleri mümkün olabilecek en uygun fiyattan almayı amaçlar. Bununla birlikte yüksek fiyat ödemesi yapan misafir, bunun karşılığında çok iyi hizmet ya da mal talep etmektedir (Özkaya, 2015: 59-60).

3.6.4. Kültür

Türkçe'ye Fransızcadan geçen “culture” kelimesi, hars (kültür) ve tezhip (yüksek kültür) olarak ifade edilmektedir. Kültür; toplumun örf, âdet, ananelerinden, müziğinden, dininden, ahlâkından, dilinden, edebiyatından oluşmaktadır. İnsanların toplum içinde yaşam biçimlerini, hayatlarını nasıl organize edecekleri ile bilgi veren soyut bir kavramdır (Gökalp, 2017: 116). Misafir ilişkilerinde çeşitli kültürlerin olması durumunda oluşabilecek farklılıkları idare edebilmek için kültürler arası farkların bilincinde olmak gerekmektedir (Başer, 2017: 60).

3.6.5. Performans

Bireye verilen görevi yerine getirmesi için bireyin tüm çabalar sonucu elde ettiği başarı düzeyi performans olarak adlandırılır. Bu tanıma göre performans, çalışma sonucunda amaçlanan hedeflere ulaşma derecesi olarak değerlendirilebilir. Kişinin performansı; sahip olduğu yetenek, beceri, nitelik ve değerlerine bağlıdır (Ekin, 2021: 47). Hizmet sektöründe ise hizmeti sunan kişiler genellikle insanlar olduğundan çalışanların performansı önem arz eder. Hizmet işletmelerinin yaygın olduğu sektörlerde misafir memnuniyeti, hizmeti sunan bireylerin birebir etkileşiminden dolayı daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda çalışanların kibar, samimi, yardımsever, temiz ve şık olmaları misafir memnuniyeti için önemlidir (Aslan ve Akova, 2018: 2336-2337). Çalışanların misafirperver

davranışları misafirler için çok önemlidir. Nameghi ve Ariffin (2013), çalışmasında havayolu işletmelerinin misafirperverlik algısı kabin ekibinin ev sahibi olarak davranışları nezaket, sosyalleşme, takdir ve konfor başlıkları altında incelenmiştir.

3.6.5.1. Nezaket

Kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerinde önemli bir yeri olan nezaket, bireylerin birbirlerine ince, zarif ve ölçülü davranışlar sergilemeleri ya da birbirlerini incitmemek için birbirlerine olan özenli davranışları anlamına gelmektedir (Alan, 2021: 12). İnsanlarla selamlaşmak, hâl ve hatırlarını sormak, hasta olanlara geçmiş olsun demek, yapılan iş sonucu teşekkür etmek, yapılan yanlış sonucunda özür dilemek, insanlara karşı sürekli nazik olmak gibi davranışlar nezaketli davranışlara örnek olarak gösterilebilir (Bahrilli Tekin ve Demir, 2021: 747).

Toplumsal bir davranış şekli olan nezaket, insanlar arasındaki etkileşimin uyumlu bir şekilde gerçekleşmesi ve sürdürülebilmesi için ihtiyaç duyulan ve kişilerin içinde bulundukları iletişim halinin başarılı olmasını sağlayan faktörlerden birisidir. Evrensel olmasına rağmen gerçekleştirilme şekilleri toplumdan topluma değişiklik gösterebilen nezaket davranışları, gelenek ve göreneklere uygun, kabul görmüş tavır ve davranışlardan oluşur. Toplumsal gelişimle bağlantılı olan nezaket kurallarının algılanışı kültürden kültüre farklılık gösterebilmektedir (Onursal Ayırır, 2020: 86).

Hizmet sektöründe önemli bir yer tutan nezaketli davranışlar, havayolu hizmetleri kapsamında da son derece önemlidir. Bu bağlamda kabin ekibinin yolcularla kibar ve saygı çerçevesinde etkileşimde bulunması gerekmekte ve yolcularla etkileşimleri sırasında doğal ve gülen yüzlerle birlikte göz teması kurmaları da beklenmektedir (Nameghi ve Ariffin 2013: 6-7).

3.6.5.2. Takdir

“Teşekkür etmek” köken olarak esasında bir hediye sunmayı düşünmek veya başka birinin nazik ve faydalı davranışı karşısında şükran duygusu hissetmektir (Karataş ve Uzun, 2020: 417). Nitekim “takdir” kelimesi şükran, hayranlık, onay ve minnettarlığın bir karışımı anlamına gelmektedir. Havayolu hizmeti açısından değerlendirildiğinde yolcuların takdiriyle, havayolu işletmeleri ile uçuş istekleri ifade edilmektedir. Kabin ekibinin içtenlikle teşekkür etmesi, yolcuları dostça

uğurlaması ve havayolu işletmesi ile tekrar uçmaya davet etmesi gibi davranışlar takdir çerçevesinde ele alınabilir (Nameghi ve Ariffin 2013: 6).

3.6.5.3. Sosyalleşme

Kişilerin fiziki ve biyolojik özellikleri sosyalleşmenin maddi altyapısını, içgüdüler ve zekâ ise sosyalleşmenin manevi alt yapısını oluşturmaktadır (Güney, 2000: 50)

Sosyalleşme; bireyin doğumuyla başlar, fiziksel, biyolojik ve zihinsel erginleşme durumlarıyla birlikte de devam eder. Sosyalleşme ayrıca çevresel etkileşim sonucunda kazanılan toplumsal kimlik ve rolleri gibi kültürel etkenleri de kapsamaktadır (Kağıtçıbaşı, 2012: 58). Sosyalleşme; kişinin içinde bulunduğu toplumu, toplumun kültürünü idrak etmesi ve benimsemesi süreci olarak görülmektedir (Bozkurt, 2006: 111). İnsanlara belirli olay ve durumlar karşısında nasıl davranılması gerektiğini öğretir ve bu sayede zaman kaybını önler (Afacan, 2001: 68-70).

İnsanlarla ilişki kurmak ya da kaynaşmak anlamına gelen sosyalleşme kavramı hizmet sektöründe önemlidir. Havayolu işletmelerinde kabin ekibinin sosyalleşmesi, yolcular ile kuracakları etkileşim sonucunda ortaya çıkan hizmet ile gerçekleşmektedir. Özellikle kabin ekibinin küçük konuşmalar yapması ya da yolcularla ilgilenmesi, zaman geçirmesi beklenmektedir (Nameghi ve Ariffin 2013: 6).

3.6.5.4. Konfor

Türk Dil Kurumu (2021) sözlüğüne göre günlük yaşamı kolaylaştıran maddi ve bedensel rahatlık olarak tanımlanan konfor kavramı; sosyal, fiziksel ve ekolojik özelliklere sahip çok boyutlu bir durum olarak tanımlanmaktadır. Konforun nötr bir his olarak algılanması gerektiği görüşü birçok araştırmacı tarafından kabul görmektedir. Kişinin konforu hissedebilmesi için rüzgâr, gürültü, ışık, sıcaklık, nem gibi çevreyle ilgili etmenler ön plana çıkmaktadır. İnsanların gereksinimleri, istekleri, psikolojik durumları ve çevresel faktörler konforun hissedilmesinde öncül rol oynayan etmenler olarak ortaya çıkmaktadır (Akgün, 2019: 23)

Havayolu ulaşımında konfor, yolcuların uçuş öncesinde, uçuş sürecinde ve uçuş sonrasında gerek psikolojik gerekse fiziksel anlamda rahatlıkla hizmet almaları olarak ifade edilebilir. Kabin içerisindeki fiziksel ortam, yolculara sunulan ikram ve benzeri

hizmetler yolcularda konfor algısını oluşturan örnekler olarak gösterilebilir (Karagülle ve Birgören, 2013: 18). Daha geniş bir ifadeyle; havayolu şirketinden uçak bileti satın almaya karar verilmesiyle başlayan konfor süreci; bilet alımındaki kolaylıklar, havaalanına ulaşım, serbest bagaj hakkı, check-in, atanan koltuğun özellikleri, koltuğun problemsiz ve arızasız olması, uçuş sürecindeki ikramlar, havayolu çalışanlarının davranış ve tutumları, uçuşun rahat ve sorunsuz şekilde gerçekleşmesi, bagajların problemsiz ve sağlam şekilde teslim edilmesi, aktarma sırasında beklenen alan gibi birçok hizmeti kapsamaktadır (İnan, 2017a: 17).

Havayolu ulaşımını kullanan yolcular tarafından algılanan konfor seviyesi ne kadar yüksek olursa, hizmet sağlayıcılarının da o denli misafirperver olduğu söylenebilir. Havayolu işletmeleri, yolcuların uçuş süresince fiziksel ve duygusal olarak rahat olmalarını, yolcuların uçakta iyi bir şekilde dinlenebilmeleri ya da uyuyabilmelerini sağlamak için kabin ekibinden ellerinden gelen çabayı göstermelerini bekler. Yolcular tarafından algılanan konfor düzeyi, yolcuların havayolu işletmesi memnuniyetini ve havayoluna olan bağlılığını azaltır veya artırır. Bu durum özellikle geleneksel havayolu işletmelerinin, yolcular tarafından tercih edilmesinde önemli bir sebep olarak ortaya çıkar (Nameghi ve Ariffin 2013: 7).



4. KABİN EKİBİ EV SAHİPLİĞİ

Bu bölümde kabin ekibi ve kabin hizmetleri, kabin ekibi tanımı, kabin ekibi oluşturulma şartları, kabin ekibinin eğitimi ve sertifikalandırılması konularından bahsedilecektir. Daha sonra kabin ekibinin görevleri ve çalışma koşulları, çalışma koşullarının psikolojik ve fizyolojik etkileri hakkında bilgi verilecektir. Kabin ekibinin organizasyondaki ile operasyondaki yeri ve önemi konuları ele alınacaktır. Son olarak kabin ekibinin ev sahipliği ve havayolu misafirperverliğinden bahsedilecektir.

4.1. Kabin Ekibi ve Kabin Hizmetleri

Havayolu taşımacılığı hizmet sürecinde özellikle yolculuk esnasında yolcular ile yüz yüze iletişim halinde olan grup kabin hizmetleri ekibidir. Kabin ekibi görevlilerinin yetenekli ve deneyimli olması, havayolu taşımacılığında hizmet farklılaşmasının ve kalite algısının bir boyutu olarak ortaya çıkmaktadır. Uçuşla ilgili hizmet sunumunda, misafir memnuniyeti adına önemli bir yer tutan kabin ekibi, misafirlerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeteneğe sahip şekilde eğitim alıp kendilerini bu yönde geliştirdikleri sürece havayolu işletmesinin başarısını önemli ölçüde etkilerler. Özellikle uçağa binişten uçaktan inişe kadar olan süreçte misafirlerle iç içe olan kabin ekibi; uçağa biniş anına kadar geçen süreçte meydana gelmiş olan aksaklık veya olumsuz durumları güler yüzleri ile misafire unutturabilmelidirler. Uçuş süresince kabin ekibinde yer alan görevlilerin nezaketi, yardımcı tavrı, ulaşılabilir olma özelliği, ihtiyaçlara ve misafir isteklerine zamanında cevap vermesi, kılık kıyafet görünümü, ihtiyaç halinde misafire açıklayıcı bilgiler vermesi misafirde oluşacak hizmet kalite algısını olumlu yönde etkileyecektir (Dursun, 2008: 59).

4.1.1. Kabin Ekibi Tanımı

‘Uçak Kabin Memuru (Seviye 4), uçuş görevinin icrasında, ulusal ve uluslararası otoritelerin kuralları çerçevesinde; bağlı bulunduğu havayolunun kalite ve uçuş emniyeti standartlarına uygun olarak, İSG ve çevre koruma önlemlerini alarak, uçuş emniyet tedbirlerini yerine getiren; yolcu emniyeti, güvenliği ve memnuniyetini çalışma talimatları doğrultusunda sağlamakla yükümlü olan kişidir’ (MYK, 2015:9). Kabin ekibi, bir uçuşu başından sonuna kadar kabin hizmetleri anlamında yönetmek için bir araya gelmesi gereken bir kabin amiri ve uçağın tipine göre değişik sayılarda

diğer kabin memurlarının oluşturduğu ekiptir. Söz konusu ekip her uçuş için farklı kişilerden oluşabilir. Bir diğer deyişle, kabin memurları ve amiri planlanmış farklı farklı uçuşlarda sayı ve kişi olarak farklılık gösterebilir, ekip üyeleri her seferinde başka bir ekibe katılabilir. Uçuş operasyonunu yürütmek için aynı kabinde görev yapacak olan kişilere verilen genel ad kabin ekibidir. Tüm uçuşlarda mutlaka bir kabin amiri olmalıdır. Görev numaralandırmasını hiyerarşik duruma göre kabin amiri belirlemektedir (Akan, 2017: 27).

Bir uçuşun icra edilmesi; yolcunun bilet alımından başlayarak gideceği yere varana kadar geçen süreyi kapsayacak şekilde bir bütünü ifade etmektedir. Bu yönüyle bakıldığında uçuşu, yer hizmetleri ve uçağın bilfiil içinde geçen süre olarak ayrı ayrı düşünmek normaldir. Kabin ekibi uçağın içinde geçen sürede yolcunun memnuniyetinden sorumludur. Bu süre içinde uçaktaki diğer görevlilerden de ayrımının yapılması gerekmektedir.

Kabin memurları, kabin içerisinde kokpit kapısından başlayan ve kabinin en arka bölümünde bulunan “arka mutfak” olarak adlandırılan bölüme kadar olan alandan sorumludur. Kabin memurlarının kokpit içerisinde ya da uçağın dış bölümünde herhangi bir görev ve sorumluluğu bulunmamaktadır (internet sitesi; <http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-personel%20i/2138-kabin-memuru> 1 Mart 2021).

4.1.2. Kabin Ekibi Oluşturulma Şartları

Uçak Kabin Memuru, ulusal ve uluslararası sivil havacılık otoritelerinin yönetmeliklerini gözetmekle yükümlü olup, SHGM tarafından onaylanmış ve yetkilendirilmiş bir kurum ya da işletmeden geçerli bir Kabin Memuru sertifikasına sahip olmalıdır (MYK, 2015: 10). Özellikle dar gövde hava araçlarında kabin ekibi, bir kabin amiri ile birlikte uçak tipine bağlı olarak iki ile dört kişi arasında değişen kabin görevlilerinden oluşur. Geniş gövdeli hava araçlarında ise söz konusu ekip, bir sorumlu kabin amiri ile birlikte 22 kabin görevlisine kadar ulaşan personelden oluşabilir (Shaw, 2007: 174).

İşletme onaylı yolcu koltuk kapasitesi 19’dan fazla olan bir hava aracında bir veya birden fazla yolcu taşınması halinde yolcuların emniyetinden sorumlu olarak; (SHT OPS-1, 2022: 83)

1. Ekibe en az bir kabin ekibi üyesi dâhil etmelidir.

2. İşletme tarafından uçuş operasyonu esnasında kabin ekibi görevlendirilmesini zorunlu olduğu hallerde, hava aracı içerisinde yer alan her 50 yolcu koltuğu ya da hava aracının her bir katında olan her 50 yolcu koltuğu için bir kabin ekibi üyesi dâhil edilmelidir.

3. SHGM, işletmenin operasyon şartlarını göz önünde bulundurarak, özel durumlarda kabin ekibine daha fazla kabin ekibi üyesi dâhil etmesini isteyebilir.

4. Ana üs haricindeki beklenmedik haller karşısında, asgari düzeyde kabin ekibi sayısı bazı durumlarda azaltılabilir. İşletmelerin el kitabında belirtilen prosedürlere göre yolcu sayısı azaltılabilir.

5. İşletme; bağımsız, serbest ya da yarı zamanlı olarak çalışan kabin ekibi görevlendirmesi halinde, her bir kabin üyesinin gerekliliklerini sağlamalıdır. Bu doğrultuda, bir kabin üyesinin ticari hava taşımacılık amacıyla uçabileceği uçak tipleri ya da çeşitlerinin toplam sayısına özellikle dikkat göstermeli, bu sayının ilgili kabin ekibi üyesinin farklı işletme için görev icra etmesi durumları da dâhil edilerek, talimatın 211. maddesindeki gerekliliklere uyması zorunludur.

Kabin ekibi oluşumunda mevzuat ve uçak tipinin yanında havayolunun benimsediği iş modeli de önem arz etmektedir. Havayolu işletmeleri yolcu taşımacılığında; geleneksel, düşük maliyetli, bölgesel ve tarifesiz olarak dört iş modeli ve sadece kargo taşımacılığı yapan havayolları olarak beş iş modelinden birini benimsemektedir (Koch, 2010: 54).

4.2. Kabin Ekiplerinin Eğitimi ve Sertifikalandırılması

Kabin memurları SHGM tarafından oluşturulan mevzuat gereği birçok eğitime tabi tutulmakta ve bu doğrultuda sertifikalandırılma işlemleri yapılmaktadır. Bu eğitimler; (SHT-CC, 2022: 3)

1. Temel eğitim kapsamında; Organizasyon, Disiplin ve Sorumluluk Eğitimi, Havacılık terminolojisi, Temel Havacılık Esasları ve Uçuş, Normal Operasyon Kuralları, Havacılık Güvenliği, Uçuş Emniyeti ve Acil Durum Prosedürleri, Yangın ve Duman Eğitimi, Hayatta Kalma, Entegre Yönetim Sistemi, İlk Yardım, Tehlikeli Maddeler, CRM, Servis Eğitimleri, Diksiyon gibi eğitimleri almaktadırlar.

2. Dönüşüm ve Farklılık Eğitimi

3. Yenileme Eğitimi

4. Tazeleme Eğitimi

5. Alıştırma Uçuşları

4.3. Kabin Ekibinin Görevleri

Kabin görevlisi; uçuşun icrası sırasında; üyesi olduğu havayolu işletmesinin hizmet kalitesi ve uçuş emniyeti için oluşturulan standartlara uygun çalışma talimatları çerçevesinde, ulusal ve uluslararası uçuş faaliyetlerinde sivil havacılık ulaştırma talepleri ile uçuş emniyet tedbirlerini yerine getirerek; yolcuların emniyetini ve konforunu sağlamaktan sorumlu olan kişidir (MYK, 2015: 9).

4.3.1. Uçuş Öncesi Görev ve Sorumlulukları

Kabin ekibinin uçuş öncesi görevi uçağın teslim alınması ile başlar ve uçuşun başladığı zamana kadar ki süreci kapsar. Bu zaman diliminde özellikle yolcu kabulü önemli bir yer tutar. Ulusal meslek standardı gereği kabin ekibinin görevleri aşağıda gösterilmektedir (MYK, 2015: 15):

- Gerekli dokümanların hazır bulundurulması,

Kabin ekibi görevlilerinin şahsi hazırlıkları tam olmalıdır. Bunun yanında ilgili uçak tipine ait dokümanların, gidilecek meydana ait varsa özel bilgilerin temin edilmesi ve ilgili ülke mevzuatına uygun hazırlıkların yapılmasını kapsar.

- Kişisel hazırlıkların tamamlanması,

Kabin içinde giyilmesi zorunlu tutulan kıyafetin hazır olmasını, uçuş görevi için uyması gereken mesai/uçuş saati limitine uygun hareket edilmesi, ekip planlaması için yoklamaya katılmak veya yoklamayı almak, ekip ile tanışmak bu kapsamda değerlendirilir.

- Sorumlu kaptan pilot ile yapılacak brifinge iştirak edilmesi,

Gerektiğinde yolcuları bilgilendirmek için uçuş ile ilgili bilgilerin alınmasını, özel kargo bilgilerinin alınmasını ve uçuş emniyeti için gerekli konuların görüşülmesini kapsar.

- Kabin amiri ile yapılacak brifinge iştirak edilmesi,

Kabin içinde yapılacak görev paylaşımının detayları alınarak yolcu memnuniyeti ile ilgili hususlar görüşülür.

- Uçuş öncesinde kabin emniyet hazırlığının yapılması,

Basılı yayınlarda kabin ile ilgili arıza olup olmaması ve varsa giderilmesi, bulundurulması gereken evrakların hazır olmasının sağlanması, kabin içi teknik hazırlıkların takibi, acil durum prosedürüne uygun kontrollerin yapılması, uçak içinde alınması gerekli her türlü emniyet tedbirinin alınması hususları bu kapsamda değerlendirilir.

- Uçuş dokümanlarının teslim alınması,

Özellikle iç veya dış hat için yolcu manifestolarının, kargo evraklarının ve ağırlık/denge formunun alınması, özel yolcu evraklarının teslim alınması gibi durumları içerir.

- Uçuş öncesi kabin konfor hazırlığının yapılması,

Kabin içi eğlence sistemlerinin açık ve faal olduğunun kontrolü, temizlik kontrol listesinden takip edilerek uçak içinin temizliğinin kontrolü, konfor malzemelerinin (yastık, kulaklık, gazete, içecek vs.) hazırlığının yapılması, tespit edilen eksik malzemelerin temininin sağlanması hususlarını içerir.

- Kabin içi güvenlik aramasının yapılması,

Kabin içi yabancı madde kontrolü ve tespiti halinde gerekli yerlerin bilgilendirilmesini, güvenlik kontrol formunun doldurulmasını ve bu formun kaptan pilota iletilmesini kapsar.

- Yolcuların karşılanması,

Hoş bir karşılama için müzik yayını yapılması, uygun kılık kıyafet ile karşılama noktasında hazır bulunulması, özel yolcu olması halinde bilgilerinin alınması ve kaptan pilota iletilmesi hususlarını içerir.

- Yolcuların oturacakları yerlere yerleştirilmesi,

Özel durumlu yolculara öncelik verilerek yerleştirilmesi, yolcuların biletlerinde yazan oturma yerlerine yönlendirilmesi, bagaj yerleştirme konusunda yardıma

ihtiyacı olan yolculara yardım edilmesi, ilave kemer/bebek kemeri dağıtımının yapılması durumlarını kapsar.

- Uçağın kapısının kapatılması,

Kapıların acil durum prosedürüne uygun şekilde kapatılmasının sağlanması durumunu içerir.

Uçuşun hazırlık safhası yolcuların ve uçağın uçuş için hazır duruma gelme sürecidir. Bu süreçte operasyonel hizmetlere yönelik çalışmalar devam eder. Uçağın yerde iken aldığı hat bakım hizmeti, elektrik gücü, temizlik işleri, su ve yakıt ikmalinin yapılması, buzla mücadele (anti-ice) hizmetleri, uçağın yüklenmesi ve boşaltılması hizmetleri, körük, merdiven hizmetleri, yolcu uçuş kaydının yapılması ve uçağa alınması (boarding) bu sürecin parçalarıdır. Bu hizmetleri doğrudan havayolu şirketi kendisi verebilir veya bunların bazılarını yer hizmetleri veren işletmelere devrederek sunabilir.

4.3.2. Uçuş Esnasında Görev ve Sorumlulukları

Uçuşa başlanırken kemer ikaz ışıklarının yandığı an ile uçağın yere inmesi ve park alanına geldiği zamana kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Uçuş boyunca kabin ekibinin emniyet ve güvenliği sağlama, ikram hizmeti ve bilgilendirme görevleri vardır. Bu görevler aşağıda maddeler halinde sunulmuştur (MYK, 2015: 22):

- Yolcuların bilgilendirilmesi,

Anons yapmak için müzik yayınının kesilmesi ve uçuşa ait bilgilerin anons edilmesidir.

- Emniyet brifinginin yapılması,

Acil çıkış koltuklarında oturan yolculara brifing verilmesi, işitme ve görme engelli yolcu bulunması halinde bu yolculara yönelik brifing yapılması, tüm yolcuların görebileceği şekilde emniyet brifinginin yapılmasıdır.

- Kalkış öncesi kabin içi son kontrollerin yapılması,

Uçak mutfağının, tuvaletinin, kabin içi emniyet kontrolü yapılması gereken yerlerin kontrolünün yapılması, kalkış hazır bilgisinin kaptan pilota bildirilmesi bu kapsamdadır. Kabin ekibi memurları bu aşamada kendisine tahsis edilen yere oturarak kalkışın tamamlanmasını bekler.

- Kalkış sonrası kabin içi hazırlıkların yapılması,

Kemer ikaz ışıklarının sönmesini takiben konfor ve eğlence sistemlerini kontrol eder. Yolcuların talepleri doğrultusunda hareket eder. Pilotlara kabin emniyeti ve konforu ile ilgili bilgi verir ve pilotların talebi doğrultusunda hareket eder. Gidilecek meydana ait özel bilgi varsa bu bilgiyi anons ederek yolcular ile paylaşır.

- İkram servis hazırlıklarının yapılması,

Sunulacak menünün kontrolü, sunuma hazırlanması gibi durumlardır. Kabin memuru, özel yemek talebi olması durumunda karşılanabilme durumuna göre yolcular ile mutabakata varır.

- İkram servisinin yapılması,

Kabin memuru havayolu işletmesinin ikram talimatına göre hareket eder. İkram servisinin yapılmasını ve toplanmasını uçuş süresine uygun olarak ayarlar.

- Alçalma ve iniş hazırlıklarının yapılması,

Gidilen meydan görevlisine verilecek evrakın hazır edilmesi, kabinde varsa arızaların bakım defterine yazılması, kabin ışıklarının uygun hale ayarlanması, eğlence sistemlerinin kapatılması, kabin iniş hazır raporunun kabin amirine ve kaptan pilota bildirilmesi durumlarını içerir. Kabin memurları iniş esnasında, hazırlıkların tamamlanmasına müteakip kendilerine ayrılan yere oturarak inişin gerçekleşmesini bekler.

Uçuş esnasında ortaya konulan hizmetler yolcuların uçağın içerisine girdiğinde pilot ve/veya kabin memurları tarafından karşılanması ile başlar. Kabin ekibi memurlarının bu andan itibaren birbirleri ile koordineli faaliyetler ile uçuşun emniyetli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlaması ile devam eder. Yolcuların emniyetli ve konforlu bir yolculuk geçirmeleri için uçuş süresince verilen her türlü hizmet/ikram, uçuş içi eğlence sistemleri hizmeti kabin ekibi tarafından önemli hizmetlerdendir (Kuyucak ve Şengür, 2009: 142).

Havayolu hizmetinin öncelikli bileşeni emniyettir. Diğer bileşenlerden bazıları da, yolculuk öncesi ve sonrası hizmetler, yolculuk esnasında sağlanan konfor, frekans, bağlantı kolaylığı olarak sayılabilir. (Nooteboom, 2007'den aktaran Kuyucak, Şengür, 2009: 139).

4.3.3. Uçuş Sonrası Görev ve Sorumlulukları

Uçuş sonrasındaki hizmetler uçağın park alanına geçtiği andan yolcuların uçağı terk ettikleri ana kadar olan zaman dilimini kapsamaktadır. Kabin memurları bu zaman diliminde aşağıdaki görevleri ifa ederler (MYK, 2015: 26):

- Uçağın kapısının açılması,

Kemer ikaz ışıklarının sönməsi ile beraber ışıkların iniş için ayarlanması, kapıların açılması için ön hazırlığın yapılması ve kabin amiri veya kaptan pilotun izni ile uçak kapısının açılmasını kapsar.

İstasyon yetkilisi ile brifing yapılması,

Özel durumlu yolcu varsa istasyon yetkilisine bilgi verilmesi, istasyona ait özel durum varsa bilginin alınması, varış meydanına ve yolcuya ait gerekli evrakların istasyon yetkilisine teslim edilmesini kapsar.

- Yolcuların uğurlanması,

İniş sonrası gerekli bilgilendirmelerin anons ile yapılması, uğurlama öncesi müzik yayınının açılması, yolcuların uğurlanması ve varsa özel durumlu yolcuların uçağı en son terk etmesinin sağlanmasını kapsar.

- Yolcuların uğurlanması sonrası gerekli işlemlerin yapılması,

Yolcular uğurlandıktan sonra unutulmuş eşya olup olmadığının kontrolünün yapılması, şüpheli madde veya durum varsa bildirilmesi, kullanılan fazla kemerlerin toplanması gibi işlemleri kapsar. Kabin ekibi operasyon sonunda meydana gelen emniyet, güvenlik ve yolcu memnuniyeti ile ilgili olağan dışı durumların kabin amirine/kaptan pilotuna rapor edilmesini sağlar.

Mesleki yeterlilik kurumunun belirlemiş olduğu bu operasyonel görevler haricinde kabin ekibi memurları çalıştıkları havayolu işletmesinin verdiği görevleri mevzuata uygun bir şekilde yerine getirmek durumundadırlar. Yolcuların el bagajlarını ve uçak altında gelen valizlerini eksiksiz bir şekilde almalarının sağlanması, aktarma yapan yolcuların yönlendirilmeleri de uçuş sonrası görevler kapsamında değerlendirilebilmektedir.

4.4. Kabin Ekiplerinin Çalışma Koşulları

Hava taşımacılığı sektörünün bütün süreçlerinde dünya çapında belirlenen kurallar ve kısıtlamalar mevcut olduğu gibi kabin hizmetleri de bu sınırlamalara tabidir. Bu kapsamda kabin ekibi çalışanlarının uçuş görev ve dinlenme süreleri uluslararası otoriteler tarafından belirlenmiştir. Bir kabin görevlisinin uçuş görev süresi, göreve başlama-bitiş saatine, uçuşun sektör sayısına göre belirlenmektedir. Uçuş görev süresine göre dinlenme süresi verilmektedir. Bu kurallara göre haftalık, aylık olarak uçuş programları düzenlenmektedir. Bu mevzuatta belirtilen sürelerle uymak hem işletmenin hem de kabin görevlisinin bireysel görevidir (SHT FTL)

Çalışma saatleri gece gündüz, hafta sonu hafta içi, bayram fark etmeksizin uçuş planlaması yapıldığı için düzensizdir. Uzun süre ayakta olabilirler ve güç koşullarda çalışmak durumunda kalabilirler. Yatı görevleri, mevsim değişiklikleri gibi sebeplerden dolayı farklı ısı ortamlarında bulunabilirler. Çalışma ortamındaki arkadaşlarının sürekli değişmesinden ve sürekli farklı ülkelere, şehirlere seyahat etmelerinden dolayı farklı kültürlerle etkileşim halindedirler (Tezeken, 2015: 12).

Kabin ekibinin uçuş görevine ek olarak nöbet görevleri vardır. Bu nöbetler genellikle ev ya da alan nöbeti şeklinde olmaktadır. Kabin ekibi arandığında her an ulaşılabilir olmalıdır. Hastalanan ya da mazereti nedeniyle uçuşu gerçekleştiremeyecek olan kabin ekibi üyesi olursa ekip planlama birimi tarafından kabin amiri ya da kabin memuru ataması yapılır. Nöbet görevi belirli saat aralığı arasındadır. Nöbet görevinde görev verilmezse kabin memuru boşa çıkar. Uçakla ilgili teknik bir problemden dolayı yolcunun rahatsızlanması, meteorolojik koşullar gibi sebeplerle kabin ekibinin mesai süreleri uzayabilir. Yüksek irtifalarda uçulması sebebi ile kabin ekipleri çok fazla radyasyona maruz kalmaktadır. Kısa süreli uçuşlarda ikram servisinin hazırlanması ve sunulması da zaman baskısı yaşatmaktadır. Gecikmeli uçuşlarda veya yolcu isteğinin karşılanamaması gibi durumlarda yolcunun olumsuz tepkisi veya hakareti ile karşı karşıya kalınabilir. Yolcular içerisinde uçuş korkusu olan, uçuş kurallarına uyum sağlama konusunda sıkıntı çıkaran, alkollü olan, uçakta sigara içmek isteyen, sabırsız ve agresif tutum sergileyen her türden yolcu profiliyle karşılaşılabilir. (Kızılcın, 2021: 24-25).

4.4.1. Kabin Ekiplerinin Çalışma Koşullarının Psikolojik ve Fizyolojik Etkileri

Kabin ekibi görevinin büyük bir zaman dilimini kabin içinde yani dar, kapalı, gürültülü, basınç farklılığı olan, sarsıntılı bir alanda gerçekleştirir. Çalışma koşullarına bağlı olarak kabin ekiplerinde stres kaynaklı fizyolojik ve psikolojik etkiler görülmektedir. Kabin ekip üyelerinin çalışma koşulları gereği oturma pozisyonunun yanlışlığı, ağır eşyaları kaldırma ve indirme, uçuş saatleri, türbülans, uzun menzilli uçuşlar, gürültü, psikososyal stres, uykusuzluk, vibrasyon, dinlenme, ekipman ve koltuk tasarımları, kullanılan ilaçlar, fizyoterapi, beslenme ve obezite sebebiyle; ekiplerde bel, boyun ve sırt ağrılarının oluşması muhtemeldir. Sürekli uyanık olma durumundan dolayı dikkat eksikliği ve gürültü probleminden dolayı görme ve duyma yeteneğiyle ilgili sıkıntılar oluşabilir. Kabin ekibi üyeleri genellikle ilk yıllarda yüksek motivasyonla çalışır ve yaptığı işten zevk alma seviyesi yüksek olur. Yurtdışında çeşitli ülkelere ve yurtiçinde yine çeşitli şehirlere görev için gitmeleri, bu mesleği icra etmemeleri halinde gitme şanslarının olmadığı birçok yeri görme olanağı vermektedir. Bu sebeplerden dolayı özellikle genç kabin ekibi üyelerinde heyecan oluşur. Öyle ki, işletmenin onayladığı uygun konaklama yerlerinde dinlenmek, günlük rutin streslerden uzaklaşmak farklı hissettirdiğinden söz konusu meslek özenilen bir çalışma ortamı gibi gözükür. Esnek ve vardiyalı çalışmaya alışkın olmayanlar bu şartları benimseyemezler ve uzun süre evinden uzak olmak, beden yorgunluğu, her an değişebilen çalışma saatleri ve acil durum beklentisi içinde yaşadıkları hayata yabancılaşabilirler (Kaya, 2017: 16-18).

Kabin ekibi, uzun mesafeli ya da kıtalararası uçuşlardan sonra gidilen ülkenin zaman dilimine adapte olamayabilir. *Jet lag* olarak adlandırılan durumun yaşanması çok doğaldır. Bu durum insan vücudunun sirkadyen ritminin bozulmasına sebep olabilir. Gidilen ülkenin yerel saatinin düzenine uygun olmayan uyuma ve yeme isteği, sindirim sorunu, mental ve fiziksel olarak performans düşüklüğü yaşanabilir. Uçuş esnasında servis sunulurken sürekli olarak eğilmek, kalkmak, servis arabalarını itmek, çekmek kabin ekibinde boyun ve bel fıtığına neden olabilmektedir. Basınç probleminden dolayı kulak ile ilgili rahatsızlıklar ortaya çıkabilir. Kabin ekibinde özellikle vertigo rahatsızlığı ortaya çıkabilir. Farklı coğrafi bölgelere yapılan uçuşlar sonucu çeşitli insanlarla temas etmekten dolayı bulaşıcı hastalıklara yakalanma ihtimali de vardır (Kızılcıkan, 2021: 25).

Yolcular kendilerine ait birçok bilgiyi bildirmemektedir. Bu durum da uçuş sırasında kabin ekibinin beklenmeyen durumlarla karşılaşmasına sebep olmaktadır. Davranış bozukluğu gösteren yolcunun ne zaman nasıl davranacağını bilememek uçuş emniyeti açısından sıkıntılı olmakla birlikte, diğer yolcuları bu durumdan korumak, diğer yolcuların emniyetini ve güvenliğini sağlamak zorunlu bir görevdir. Hareket kabiliyeti kısıtlı yolcular, hiç durmayan yolcular, demanslı yaşlılar, kaprisli yolcular, alkolü yolcular, madde bağımlısı yolcular, cinsel taciz olayları, kavga edenler, manik ya da panik atak geçirenler, uçak kaçırma eylemleri, terör saldırıları gibi durumlarda müdahale yetkisi ortaya çıkmaktadır. Acil müdahale gerektiren sağlık durumları (doğum, ölüm vakaları) olabilmektedir. Acil iniş gerektiren ama yapılamayan zamanlarda uzun uçuşlarda yaşanan ölüm vakalarında, cesedin muhafaza ve teslim edilmesini kabin ekipleri yapmakta ve bu durum da travma yaratmaktadır. Kabin ekiplerinin herhangi bir sorunda, sorun yok gibi rol yapmaları ve ani duygu geçişleri tükenmişlik sendromunu ortaya çıkarmaktadır. Farklı ülkelerde dinlenme odalarında dinlenirken rehin alınan ekipler, uçağın kaçırılması ve ekiplerin rehin alınması, uçağa yönelik yapılan yasadışı eylemlerde çatışmaların arasında kalan ekipler ciddi travmalar yaşamaktadır. Bu travmalar akut stres bozukluğuna, depresyona, tıbbin açıklayamadığı psikolojik ve bedensel bozukluklara, anksiyete bozukluğuna, uçuş korkusuna, panik atağa Stockholm sendromu gibi sendromlara yol açabilmektedir. Dahası bu travmalar, normal hayata uyum sağlayabilmek için karşı karşıya kalınan ve devamlı baş edilmesi gereken tanılar olabilir (Kaya, 2017: 18-19).

4.5. Kabin Ekiplerinin Organizasyondaki Yeri ve Önemi

Kabin ekiplerinin bir havayolu işletmesindeki en temel işlevi; yolculara bilgi akışı konusunda yardımcı olmak ve uçuşun emniyetli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Kabin ekibinin bilgi akışının sağlanması konusundaki görevi kokpit ekibiyle ve kabin içinde gerçekleşen süreçle ilgilidir. Kabin ekibinin iletişim konusunda beceri sahibi olmasının organizasyon içindeki yeri ve önemi bakımından öne çıktığı görülmektedir.

Havayolu işletmesinin yolcularına sunduğu hizmetlere dair uçuş esnasında uçak içerisinde yapılan bilgilendirme ve reklam faaliyetleri de kabin ekibinin organizasyon içindeki yeri ve önemi ile doğrudan ilişkilidir. Uçuş başlamadan önce uçuş esnasında

oluşabilecek olası durumlara dair bilgilendirme yapılması uçuş emniyeti açısından önem taşımakta ve yine kabin ekibinin sorumluluğundadır. Kabin ekibinin organizasyondaki yeri ve önemi şekillenirken bilgilendirme ve hizmet sunumu kalitesi önemli faktörler olarak ortaya çıkmaktadır (Seçilmiş, 2017:32). Kabin ekipleri ister kabin memuru, ister kabin amiri olsun idari olarak kuruluşun bu işle ilgili olarak organizasyon şemasında gösterilen birime karşı sorumludur

4.6. Kabin Ekiplerinin Operasyondaki Yeri ve Önemi

Kabin ekibinin bir uçuş operasyonu esnasında birincil vazifesi uçuşun emniyetidir. Ancak servis işleminin kabin ekibi tarafından yapılıyor olması yanlış bir algıya sebebiyet vererek asıl görevlerinin emniyetten ziyade servis yapmak olduğu izlenimi uyandırmaktadır. Oysa ki, herhangi bir uçuş sırasında acil bir durumla karşılaşılması durumunda kabin ekibi görevlileri kendilerini bu duruma hazır hale getirirler. Yolcuları yönlendirebilen bir lider konumuna gelerek uçaktaki her yolcunun emniyetli bir şekilde yolculuğunu tamamlamasından sorumlu hale gelirler” (İşyapan Gürbüz 2015: 48).

Operasyonda kabin ekiplerinin yeri ve önemi konusunu emniyet ve hizmet faktörleri etrafında incelemek mümkündür. Uçağın uçuşa hazır olmasına kadar olan süreçlerde üstlenilen rolleri yer ve uçuş emniyeti kapsamında ele almak mümkün iken uçuş süresinde yapılan servisler ise hizmet faaliyetleri gereğince değerlendirilmektedir. Bu nedenle havayolu hizmetlerinde kabin ekiplerinin operasyondaki yeri ve önemi açıklanırken yer ve uçuş hizmetlerine sağladıkları katkıları hakkında incelemeler yapılması gerekmektedir.

Kabin ekipleri havayolu işletmelerinde yolcu ile direkt iletişim kuran önemli çalışan grubu arasındadır. Yolcuların sıkıntılı, heyecanlı, stresli olmaları ve ilgiye ihtiyaç duymaları uçuş süresince kabin ekiplerinin görevlerini dikkatli yapmalarını ve yolcuların istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini gerektirir. Bu bağlamda kabin ekibinin gerekli kabiliyetlere ve eğitime sahip olmaları hizmet süreci olan operasyonda ön plana çıkmaktadır. Kabin ekiplerinin operasyon sırasında gelişen anlık problemler için değerlendirme yapması ve doğru karar vererek bu sorunları çözüme kavuşturması önemlidir (Karahan ve Eyüpoğlu, 2018: 212).

4.7. Kabin Ekiplerinden Beklenenler

Ağır, yorucu, stresli ve riskli çalışma koşulları olan kabin ekibi mesleğini ancak işini seven, mutlu ve yüksek motivasyonu olan bireyler tam anlamıyla yerine getirebilir. Kabin memurlarının yolcuya hizmet esnasında güler yüzlü, anlayışlı, pozitif olmaları, emniyet ve güvenliği sağlamak adına yönlendirici etkilerinin olması gereklidir. Kabin memurluğu mesleğinde yolcularla iletişim ve ilişkiler yönetimi en zorlanılan taraf olarak görülmektedir. İlişkileri yönetebilme ve sağlıklı iletişim kurabilme gibi konular kişilik özelliklerinde etkili olmakla birlikte eğitimlerle bu beceriler kazanılabilmektedir (Akduman vd, 2018:766).

Bazı meslek grupları yönetmeyi ve yönlendirici olmayı bazı meslek grupları ise hizmet etmeye uyum sağlamayı gerektirir. Kabin memurluğu mesleği ise yönlendirici olmanın yanı sıra yolcu ihtiyaçlarını karşılamak gibi farklı özellikleri barındırır ve bu mesleği yapacak kişilerde bu özellikler bulunmalıdır. Kabin ekibi personelinin ayrıca nazik ve ölçülü olması, yolcuların isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve yolcuyu memnun ederek misafir memnuniyetini sağlaması beklenmektedir. Kabin memurlarından kabin içinde aktif şekilde çalışmaları ve iletişim becerilerinin güçlü, misafir odaklı olmaları beklenir. Kabin memurlarının yolculara olan davranışları, tutumları havayolu işletmesinin misafir memnuniyetini etkilemektedir. Kabin memurluğu eğitimin temel amacı kabin memurluğu mesleğinin gerektirdiği davranış ve tutumları kabin memurlarına kazandırmaktır. Kabin ekibinden beklenen davranışlar, davranışlarda uygun beden dili, kibarlık, zarafet, güler yüzlülük, soğukkanlılık, inisiyatif kullanabilmek, ekip çalışmasına yatkın, kişisel gelişime ve yeniliklere açık, hizmet odaklı, yardımsever, disiplinli, zamanı iyi yöneten, iyi bir dinleyici ve iletişime açık olmak şeklinde sıralanmaktadır. Kabin memurlarının sosyal ve aktif, konuşkan ve çevreye açık, sabırlı, duyarlı, kontrollü, dengeli, uyumlu, sakin, güvenilir, iyimser, özenli ve zor şartlar karşısında dayanıklı olması da beklenir. (Tezeken, 2015: 12-13).

4.8. Kabin Ekibi Ev Sahipliği ve Havayolu Misafirperverliği İlişkisi

Her işletmenin yegâne amacı, ürettiği ürün, ortaya koyduğu hizmet karşılığı edineceği kazanç ile varlığını koruyabilmek ve yeni yatırımlara mali kaynak sağlayabilmek için kârlılığını arttırmaktır. Havayolu işletmeleri de bu kapsamda değerlendirilecek olursa, ortaya koymuş oldukları hizmetin karşılığını maksimum

seviyede alabilmek için, her işletmenin yaptığı gibi hizmeti en iyi şekilde verebilmeli ve misafir memnuniyeti bazlı kazancı maksimum seviyede tutabilmelidirler. Bir havayolu işletmesindeki misafir memnuniyetinin en önemli ayağını misafirlerle en fazla ilgilenen kabin ekibi oluşturmaktadır. Havayolu işletmelerinin gelişimiyle birlikte kabin ekibinin hizmet sunumunda rolü de artmıştır. Birinci ve İkinci Dünya savaşlarından 1990'lı yıllara kadar havayolu işletmelerinde olan gelişim ve kabin ekibinin hizmet sunumundaki rolü Tablo 4.1.'de özetlenmiştir.

Dönem	Havayolu gelişimi ve kabin ekibinin hizmet sunumundaki rolü
I-II. Dünya savaşları	Pilot, yegane sorumluluğa sahipti
1920	Kapalı kabin tasarımlarıyla birlikte havacılık, turizm ve konaklama sektörünün bir parçası oldu. Havacılıkta, yiyecek ve içecek şeklinde daha iyi konfor ve hizmet sunma olanakları oluştu.
1930	Koltuklar, masalar, duvar kağıdı ve servisi daha hızlı yapacak şekilde daha büyük kabin tasarımları yapıldı. İlk soğuk ve sıcak yemek servisleri yapıldı (ilk sıcak yemek 1928 yılında BerlineVienna bağlantısında, Lufthansa'da servis edildi) Uçak hostesleri tarafından yiyecek ve içecek hizmeti yapıldı. Uçak hostesleri yolcuların emniyetinden ve konforundan sorumlu oldular.
1940-1950	Oturma alanları nispeten daha genişledi, İç mekanlar da klas bir görünüme sahip oldu. Uzun mesafelerde yemekler uçakta verilmektedir. Yolcular daha çok iş amaçlı uçmaktadırlar IATA'ya üye olan havayolları arasında hizmet seviyeleri ve koşulları ile ilgili anlaşmalar yapıldı. Özellikle tarifeli uçuşlarda üst ve orta sınıf olan yolculara uygun olan misafirperver hizmet sunumu amaçlandı. Havayolu işletmeleri hangi hizmetlerin verilmesi gerektiğine dair standartları belirleyen programlar geliştirmeye çalıştı. Havayolu işletmeleri, yolcularına duygu ve misafirperverliği daha iyi sunabildikleri için kadınları kabin görevlisi olarak işe almaya başladı.
1950-1980	Yolcular artık belirli seviyede misafirperver davranışlara alıştılar. İnsanlar tatillerinde yurt dışına çıkmaya cesaret ettiler Hostesler tarafından sunulan yiyecek ve içecekler çok uygun bir fiyata dahil edilip, satıldı.
1990	Ücretsiz ikram kavramı ortaya çıktı. Çoğunlukla kısa mesafe yollarını kapsayan maliyet düşürücü ve verimlilik artırıcı önlemler alınmaya çalışıldı. Özellikle düşük maliyetli havayolu işletmelerinde kabin memurunun rolü bir garson olmaktan ziyade satış temsilcisi olmaya doğru değişti

Tablo 4.1. 1920'lerin başından itibaren yolculara yolcu hizmetleri sağlamada kabin ekibinin rollerini özetlemektedir (Nameghi ve Ariffin (2013))

Havayolu misafirperverliğini Lashley ve Morrison (2001), kabin içinde verilen tüm hizmetler ile havayolu işletmelerinin performansı olarak tanımlamaktadır. Seyahat süresinde çeşitli aktiviteler olmasını bekleyen yolcular aynı zamanda bu sürede misafirperver davranışlar beklemektedir. Kişisel bilgi girişleri yolcular havayolu

hizmetlerinden memnun olarak ayrılmasına katkı sağlamaktadır (Alamdari, 1999). Bu durum ev sahibi (hizmet birimi) ile misafirler arasında güçlü bir bağ kurulmasına yardımcı olur (Brey vd, 2008). Kabin ekibinin bir ev sahibi gibi misafirlerini ağırlaması ve memnun ayrılmalarını sağlaması gerekmektedir. Bu sebeple kabin ekibinin oluşturulması, almaları gereken eğitim sürecinin titizlikle verilmesi, oluşabilecek olumsuz durumlara karşı yetkilerini bilmeleri, acil durumlara karşı soğukkanlılıkla müdahale edebilmeleri büyük önem taşımaktadır.

Kabin ekibi sorumlulukları arasında; kabin içindeki çevresel şartları kontrol altında tutmak, sundukları konforun sürekliliğini sağlamak, yolculara dinlenmeleri için temiz bir kabin ortamı sunmak, birincil görevi olan uçuş emniyetini sağlamak, uçuş esnasında gerçekleşen acil sağlık sorunlarında uçakta doktor bulunmaması durumunda müdahalede bulunmak gibi hizmetler vardır. Bu hizmetler ile kabin ekibi havayolu işletmelerinin ön plana çıkan çalışanlar konumundadır (Bülbül, 2013: 55-56). Bir kabin memurunun gülümsemesi otorite yerine güvenceyi vurgulayan bir rutin haline gelebilmektedir. Bu tarz misafirperver davranışların olmaması yolcuyu endişeye düşürebilir (Murphy, 2001). Endişeli yolcunun tedirgin davranışları uçuş emniyetini tehlikeye düşürebilir.

Bununla birlikte kabin memurları, hizmeti yolcuya direkt ulaştıran çalışanlar olarak, yolcunun memnuniyeti veya memnuniyetsizliği hususunda çok büyük etkiye sahip olabilmektedir. Örneğin işletme ikram işletmesinin yaptığı bir hata nedeniyle yemeği uçağa yüklenmeyen yolcuda oluşan memnuniyetsizliği, kabin ekibinin yolcuya karşı olan ilgisi, alakası ve alternatif çözümler sunması ile memnuniyete çevirebilir (Durceylan, 2013: 3). Kabin ekibinin yardımsever, kibar, saygılı, dikkatli olması yolcularda olumlu bir izlenim bırakmaktadır ve havayolu işletmelerinde kişisel etkililikte güçler olarak ifade edilmektedir (Wattanacharoensil ve Yoopetch, 2012). Bundan dolayı Kabin ekibi ev sahipliği olgusunun yolcu seyahat deneyimi üzerinde öneminin belirlenmesi havayolu işletmeleri rekabetine de fayda sağlayacaktır

Daha önce de belirtildiği gibi havayolu ulaştırması hizmet sektörünün içerisinde yer almaktadır. Hizmet sektörünün temeli insanlarla iletişim halinde olmaktır. Havayolu işletmelerinde yolcular ile birebir ilgilenen ve en uzun süre iletişimde bulunan çalışanlar kabin görevlileri olmaktadır. Bundan ötürü kabin görevlileri havayolu işletmesinin hizmet sunumu sürecinde önemli bir rol üstlenmektedir. Havayolu

işletmesi ev sahibi olarak varsayıldığında, havayolu işletmesinin misafirperver davranışları ve tutumları yolculara en fazla kabin ekibi tarafından sunula bilinmektedir. Misafirperver davranışlar rakip işletmeler tarafından taklit edilemeyecek kadar zordur. Müşteriler için unutulmaz deneyimler yaratabilen ve sonrasında müşterilerin gelecekte aynı işletmeyi tercih etmesini sağlayan etken olağüstü misafirperverlik seviyesidir (Ariffin vd., 2011).



5. YÖNTEM

Araştırmanın konusu olan kabin ekibinin ev sahipliği ile havayolu işletmeleri misafirperverliği arasındaki ilişkinin yolcular açısından değerlendirilmesi amacıyla oluşturulan çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacına, araştırma modeli ve hipotezlerine, araştırmanın evren ve örnekleme, anket oluşturma ve veri toplama tekniğine, veri toplama sürecine, araştırma verilerinin analizine ve bulgulara yer verilmektedir.

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; havayolu seyahatini deneyimlemiş yolcuların nitelikleri ile kabin ekibi misafirperverliği boyutları arasında farklılık olup olmadığının belirlenmesidir.

5.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Araştırma modeli ifadesi ile araştırmanın araştırma sorusunun nasıl cevaplandırılacağı, verilerin nasıl elde edileceği ve nasıl analiz edileceği ile ilgili tüm süreci kapsayan eylem planını ifade edilmektedir. Araştırma modeli, araştırmanın amacını, kuramsal çerçeveyi, yöntemi, veri toplama, analiz tekniklerini, bulguları, sonucu, yazımı dâhil tüm süreci kapsamaktadır (Tutar ve Erdem, 2020:75). Araştırma modeliyle araştırmanın amacına göre izlenecek nitel ve nicel araştırma deseni ifade edilmektedir. Araştırma tasarımı, araştırmanın amacına, araştırmanın dayandırıldığı sosyal bilim anlayışı çerçevesinde sahip olduğu araştırma olanak ve kaynaklara göre belirlenmesidir. Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalar amaçları bakımından keşfedici, tanımlayıcı, açıklayıcı olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 98). Araştırma kapsamında kabin ekibinin ev sahipliği açısından havayolu misafirperverliğinin değerlendirilmesi için konfor, sosyallik, takdir, nezaket boyutlarına yönelik sorular, daha önce havayolu ulaştırmasını kullanan yolculara yöneltilmiştir. Bu araştırma kabin ekibinin ev sahipliği açısından havayolu misafirperverliğinin değerlendirilmesini amaçladığı için ilişkisel araştırma modeline dayandırılmıştır. Araştırma modelinin amacına ve katılımcılarının özelliklerine göre hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H1: Yolcular bakımından kabin ekibinin ev sahipliği ile havayolu işletmeleri misafirperverliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1.1. Kabin ekibinin nezaketi ile havayolu işletmeleri misafirperverliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1.2. Kabin ekibinin vermiş olduğu konfor (yastık, battaniye gibi) hizmeti ve havayolu işletmeleri misafirperverliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1.3. Kabin ekibinin takdiri (hoş geldiniz, iyi günler, teşekkürler gibi) ve havayolu işletmeleri misafirperverliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1.4. Kabin ekibinin diyalog (sosyal) kurması ile havayolu işletmeleri misafirperverliği arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Kabin ekibinin ev sahipliği ile havayolu işletmelerinin misafirperverlik algısı arasında yolcuların demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

5.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren sözlük anlamıyla, uyumlu ve düzenli bütün olarak kabul edilen bütün varlıklardır (Kaya ve Şahin, 2013: 21). Bilimsel araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği örnekler ve durumlardır. Bir araştırmanın evreni, hipotezlerin test edilmesi ya da araştırma sorusunun cevaplandırılması için gerekli olan verilerin elde edildiği “canlı” ya da “cansız” varlıklardır (Tutar ve Erdem, 2020 :241). Evren kapsamında örnekleme girme olasılığı olan her bir analiz birimine öge denilmektedir. Ögeler insan, grup, işletmeler, yazılı belgeler, sosyal olgular olabilmektedir. Araştırmacı belirli açılardan grupları sınırlayacak farklı ölçeklerde evrenler oluşturabilir (Gürbüz ve Şahin 2018: 125). Bilimsel araştırmalarda evrende yer alan tüm ögelere ulaşılması mümkün olmadığı durumda, evreni temsil edebilecek gruplara ulaşılarak genellemeler bu oluşturulan örnek grup ile yapılabilmektedir (Kaya ve Şahin, 2013:22).

Örnekleme evrende yer alan belirli kıstaslara ve ölçütlere göre seçilen evreni temsil edebilme yeterliliği olduğu varsayılan küçük gruptur. Örneklemin büyüklüğü “n” ile gösterilmektedir. Evren tüm ögeleri kapsayan geniş ve büyük bir gruptur, örneklem ise evrenin içerisinde alınan görece küçük, evreni temsil etme yeteneği olan kesittir (Şimşek, 2018: 111). Araştırmacıların maliyet, zaman, emek, ahlaki sebeplerden ötürü tüm ögeleri gözlemleyebilme imkânı genellikle yoktur. Bu sebepten dolayı araştırmacılar uygun örneklem teknikleri kullanarak ve temsil yeteneği yüksek olan örneklem seçerek araştırmalarını yürütürler (Gürbüz ve Şahin, 2018, 124). Bu

araştırmanın evrenini havayolu ulaşımını kullanan bireyler oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmanın güçlüğünden dolayı, kolay örnekleme yöntemi ile örneklem oluşturulmuştur. Bu yöntemde örnekleme dahil olmaya hazır ögeler araştırma içerisine dahil edilir. Havayolunu en az bir kere kullanmış bireylerin kendi isteğiyle ankete katılım sağlaması ile örneklem oluşturulmuştur.

Araştırma kapsamında ülkesel ve bölgesel ayrımı yapılmaksızın havayolu ulaşımını kullanan bireylere sosyal medya ortamları vasıtasıyla (whatsApp, instagram, facebook, e-mail gibi farklı sohbet kanalları) ulaşılarak internet ortamında hazırlanan anketi doldurmaları sağlanmıştır. Havayolu ulaşımını kullanan bireylere ulaşabilmek için havacılık işletmeleri çalışanlarının yönlendirme yapabilmesi amacıyla kendilerine anketi içeren e-mail gönderilmiştir.

Havayolu ulaşımını kullanan yolcuların sayısının tam olarak bilinmemesi sebebiyle %95 güven düzeyinde ($\alpha=0.05$); örnekleme hatası $H=\pm 0.05$ ve oranlar $p=0.5$; $q=0.5$ için evren büyüklüğü $N=100\ 000$ ve üstü için, örneklem büyüklüğü $n=384$ kabul edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2018: 43). Bu doğrultuda analizlerde toplamda 568 veriye ulaşılmıştır. Böylelikle 384 olarak hesaplanan örneklem büyüklüğünün üzerinde bir sayıya ulaşılmıştır.

5.4. Anket Oluşturma ve Veri Toplama Tekniği

Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak; konu ile ilgili literatür taraması yapılarak, birincil verilerin elde edilmesi amacı ile anket tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aracı olan anket, belirli bir konuda düşünce, davranış, tutumların belirlenmiş bir sırayla ve yapıda olan sorular ile katılımcılar hakkında veriler elde etmeyi sağlamaktadır. Anket tekniği ile elde edilen verilere, istatistiksel ve matematiksel analizlerin uygulanması kolay olduğu için en fazla tercih edilen ve kullanılan veri toplama aracı olma özelliği göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 175).

Türkiye'nin her yerinden katılımcıya ulaşmayı hedefleyen bu çalışmada ulaşılmak istenen kitlenin geniş tutulması ve ülkenin güncel sağlık koşulları sebebiyle katılımcılardan anketi Ekim-Kasım 2021 tarihleri arasında dijital ortamda doldurmaları istenmiştir. Anket, iki bölümden oluşmaktadır. Örneklemi daha iyi tanımlayabilmek adına anketin ilk kısımları cinsiyet, yaş aralığı, eğitim, meslek, gelir, medeni hal, havayolu kullanım sıklığı ve seyahat amacı ile ilgili sorulara yer verilmiştir.

Anketin ikinci kısmında misafirperverlik boyutları ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Katılımcıların düşüncelerini aktarabilmeleri için 5'li likert türünde (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle katılıyorum) sorular sunulmuştur.

5.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırma verilerinin analizleri SPSS 26 programında yapılmıştır. Araştırmada tanımlayıcı bulgular sayı, yüzde, ortalama, standart sapma, minimum/maksimum, medyan ve çeyrekler açıklığı değerleri ile verilmiştir. Ölçek boyutlarının güvenilirliği Cronbach Alpha (CA) katsayısına göre değerlendirilmiştir. CA katsayısının en az 0,7 olması istenmektedir (Altunışık vd., 2012; Karagöz, 2016). Araştırma verilerinin normal dağılımı çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 aralığında olup olmadığına göre değerlendirilmiştir (Pituch & Stevens, 2012). Verilerin normal dağıldığı belirlenmiştir. Kullanılacak analiz testlerinin belirlenmesinde normallik varsayımının yanı sıra karşılaştırma yapılan grupların örneklem sayıları da dikkate alınmıştır. Karşılaştırılan gruplardan herhangi birinin örneklem sayısının 30'un altında olduğu durumlarda non-parametrik testler kullanılmıştır. Farklılık analizlerinde iki bağımsız grubun karşılaştırılmasında T testi, üç ve daha fazla bağımsız grubun karşılaştırılmasında ANOVA veya Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon testleri ile değerlendirilmiştir. Analizlerde $p < 0,05$ değeri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Bilgisayar ortamına aktarılan anket için öncelikle araştırma ölçeğinin güvenilirliği tespit edilmiştir.

5.6. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde çalışmaya katılım gösteren havayolu işletmesini kullanan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulguları, demografik özelliklerine göre farklılık analiz bulguları, ölçek boyutları ile havayolu kullanım sıklığı arasındaki korelasyon analiz bulguları tablo haline getirilmiş hali ve yorumlara yer verilmiştir.

5.6.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Araştırma da kullanılan ölçeğin örnekleme de yer alan katılımcıların demografik özellikleri veri tabanına işlenmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili tanımlayıcı bulguları Tablo 5.1’de yer almaktadır.



Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	268	47,2
	Erkek	300	52,8
Yaş	18-25 Yaş	215	37,9
	26-33 Yaş	154	27,1
	34-41 Yaş	132	23,2
	42-49 Yaş	50	8,8
	50 Yaş ve Üstü	17	3,0
Öğrenim Durumu	İlköğretim	17	3,0
	Lise	60	10,6
	Ön Lisans	138	24,3
	Lisans	234	41,2
	Lisansüstü	119	21,0
Meslek	Özel Sektör Çalışanı	178	31,3
	Memur	103	18,1
	Emekli	6	1,1
	Ev Hanımı	28	4,9
	Öğrenci	156	27,5
	Serbest Meslek	28	4,9
	Diğer	69	12,1
Gelir	2.825 TL ile 4.000TL arası	110	19,4
	4.001 TL ile 5.500 TL arası	81	14,3
	5501-7000 TL arası	62	10,9
	7.001 TL veya üzeri	126	22,2
	Belirtmek İstemiyorum	189	33,3
Medeni Hal	Evli	234	41,2
	Bekar	325	57,2
	Belirtmek İstemiyorum	9	1,6
Milliyet	T.C. Vatandaşı	568	100,0
1 Yıl İçinde Havayolu Kullanım Sıklığı	1	331	58,3
	2	86	15,1
	3	36	6,3
	4	33	5,8
	5	13	2,3
	6 ve Üzeri	69	12,1
Havayolu İşletmesi Tercihi	THY	383	67,4
	Pegasus	111	19,5
	Anadolu Jet	49	8,6
	Sun Express	20	3,5
	Onur Air	5	0,9
Seyahat Amacı	Tatil Amaçlı	260	45,8
	Eğitim Amaçlı	41	7,2
	İş Amaçlı	119	21,0
	Aile-Akraba Ziyareti	139	24,5
	Sağlık	7	1,2
	Diğer	2	0,4
Hizmet Sınıfı Tercihi	Ekonomi	534	94,0
	Business	33	5,8
	Diğer	1	0,2

Tablo 5.1. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bulgular

Tablo 5.1’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların 300’ü (%52,8) erkek 268’i (47,2) kadındır. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında 215 (%37,9) kişi 18-25

yaş aralığında olup katılım oranı en yüksek olan yaş aralığı olarak görülmektedir. 26-33 ve 34-41 yaş aralığı katılımcı sayıları birbirine yakın olmakla birlikte araştırmaya en az katılım 50 yaş üstü gruptan gerçekleşmiştir. Katılımcıların öğrenim durumunda ise en fazla katılım Lisans düzeyinde olup 234 kişi (41,2) olarak tabloya yansımaktadır. 178 (%31,3) kişi özel sektörde çalışmakta ve 189 (%33,3) kişi gelirini belirtmek istememekle birlikte 126 (%22,2) kişinin geliri 7.001 TL veya üzerindedir. 325 (%57,2) kişi bekar ve katılımcıların (%100,0) tamamı T.C. vatandaşıdır. Katılımcılardan 331 (%58,3) kişi yılda 1 kere havayolu kullanmakta ve 383 (67,4) kişi THY işletmesini tercih etmektedir. 260 (%45,8) kişi tatil amaçlı seyahat etmekte ve 534 (%94,0) kişi hizmet sınıfı olarak ekonomi sınıfını tercih etmektedir

5.6.2. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Bulgular

Araştırma ölçeklerine yönelik bulgular Tablo 5.2’de yer almaktadır.

Değişken	Min	Max	Ort.	SS	Medyan	Ç.A.	Basıklık	Çarpıklık	Cronbach Alpha
Nezaket	1,00	5,00	4,17	0,74	4,20	1,00	1,717	-1,068	0,874
Takdir	1,00	5,00	4,20	0,75	4,33	1,33	1,177	-0,986	0,755
Sosyalleşme	1,00	5,00	3,59	0,79	3,60	1,20	-0,431	0,053	0,710
Konfor	1,00	5,00	3,64	1,00	3,66	1,33	-0,253	-0,467	0,861

Tablo 5.2. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Bulgular (Ç.A.=Çeyrekler açıklığı (Ç1-Ç3))

Araştırma ölçek boyutlarının tanımlayıcı bulguları Tablo 5.2’de görülmektedir. Bu bulgulara göre Nezaket Boyutu ortalamasının $4,17 \pm 0,74$ olduğu, Takdir Boyutu ortalamasının $4,20 \pm 0,75$ olduğu, Sosyalleşme Boyutu ortalamasının $3,59 \pm 0,79$ olduğu ve Konfor Boyutu ortalamasının $3,64 \pm 1,00$ olduğu belirlenmiştir.

Değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediği çarpıklık ve basıklık değerlerine göre incelendiğinde tüm boyutların normal dağılım gösterdiği görülmektedir. Cronbach Alfa katsayılarına göre de ölçeklerin güvenilir olduğu belirlenmiştir.

5.6.3. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin örnekleme yer alan katılımcıların değerlendirmeleri aynı veritabanına işlenmiştir. Nezaket, Konfor, Takdir, Sosyalleşme boyutlarının,

katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.3'te yer almaktadır.

	Cinsiyet	N	Ort	SS	t	p
Nezaket	Kadın	268	4,14	0,72	-0,865	0,388
	Erkek	300	4,20	0,77		
Takdir	Kadın	268	4,18	0,72	-0,607	0,544
	Erkek	300	4,21	0,79		
Sosyalleşme	Kadın	268	3,55	0,77	-1,171	0,242
	Erkek	300	3,63	0,81		
Konfor	Kadın	268	3,61	0,96	-0,587	0,557
	Erkek	300	3,66	1,03		

Tablo 5.3. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan T testine ilişkin analizi yapılmıştır. Bu bulgulara araştırma ölçek boyutlarında katılımcıların cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

5.6.4. Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların yaşlarına göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.4'te yer almaktadır.

	Yaş	N	Ort	SS	X ²	p	Anlamlı Fark
Nezaket	18-25 Yaş ¹	215	4,04	0,84	10,245	0,037	1-2
	26-33 Yaş ²	154	4,31	0,68			
	34-41 Yaş ³	132	4,18	0,71			
	42-49 Yaş ⁴	50	4,25	0,56			
	50 Yaş ve Üstü ⁵	17	4,20	0,62			
Takdir	18-25 Yaş ¹	215	4,13	0,83	8,941	0,063	-
	26-33 Yaş ²	154	4,34	0,70			
	34-41 Yaş ³	132	4,15	0,72			
	42-49 Yaş ⁴	50	4,14	0,66			
	50 Yaş ve Üstü ⁵	17	4,25	0,62			
Sosyalleşme	18-25 Yaş ¹	215	3,62	0,83	6,734	0,151	-
	26-33 Yaş ²	154	3,65	0,79			
	34-41 Yaş ³	132	3,47	0,73			
	42-49 Yaş ⁴	50	3,52	0,80			
	50 Yaş ve Üstü ⁵	17	3,87	0,64			
Konfor	18-25 Yaş ¹	215	3,74	0,98	8,990	0,061	-
	26-33 Yaş ²	154	3,67	1,05			
	34-41 Yaş ³	132	3,46	1,01			
	42-49 Yaş ⁴	50	3,49	0,92			
	50 Yaş ve Üstü ⁵	17	3,90	0,75			

Tablo 5.4. Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların yaşlarına göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi analizi yapılmıştır. Bu bulgulara göre Nezaket boyutunda katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Analiz bulguları incelendiğinde Nezaket boyutunda 26-33 yaş arasındaki katılımcıların ortalamalarının 18-25 yaş arasındaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür.

5.6.5. Katılımcıların Öğrenim Durumuna Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların öğrenim durumuna göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.5'te yer almaktadır.

	Öğrenim Durumu	N	Ort	SS	X ²	p	Anlamlı Fark
Nezaket	İlköğretim ¹	17	4,34	0,73	2,739	0,602	-
	Lise ²	60	4,17	0,92			
	Ön Lisans ³	138	4,08	0,85			
	Lisans ⁴	234	4,18	0,72			
	Lisansüstü ⁵	119	4,24	0,55			
Takdir	İlköğretim ¹	17	4,39	0,62	2,478	0,649	-
	Lise ²	60	4,23	0,76			
	Ön Lisans ³	138	4,13	0,89			
	Lisans ⁴	234	4,24	0,69			
	Lisansüstü ⁵	119	4,14	0,71			
Sosyalleşme	İlköğretim ¹	17	3,90	0,78	15,814	0,003	1-5 2-5 3-5 3-4
	Lise ²	60	3,70	0,76			
	Ön Lisans ³	138	3,73	0,88			
	Lisans ⁴	234	3,55	0,78			
	Lisansüstü ⁵	119	3,40	0,68			
Konfor	İlköğretim ¹	17	3,88	0,86	14,030	0,007	3-4 3-5
	Lise ²	60	3,73	1,06			
	Ön Lisans ³	138	3,85	1,00			
	Lisans ⁴	234	3,56	1,01			
	Lisansüstü ⁵	119	3,46	0,93			

Tablo 5.5. Katılımcıların Öğrenim Durumuna Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların öğrenim durumlarına göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi analizi yapılmıştır. Bu bulgulara göre Sosyalleşme ve Konfor boyutlarında katılımcıların öğrenim durumlarına göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Analiz bulguları incelendiğinde; Sosyalleşme boyutunda ilköğretim grubundaki, lise grubundaki ve ön lisans grubundaki katılımcıların ortalamalarının lisansüstü grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu, ön lisans grubundaki katılımcıların

ortalamalarının lisans grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür. Konfor boyutunda ön lisans grubundaki katılımcıların ortalamasının lisans ve lisansüstü grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür.

5.6.6. Katılımcıların Mesleklerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların mesleklerine göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.6.'da yer almaktadır.

	Meslek	N	Ort	SS	X ²	p	Anlamlı Fark
Nezaket	Özel Sektör Çalışanı ¹	178	4,20	0,70	9,808	0,133	-
	Memur ²	103	4,26	0,61			
	Emekli ³	6	3,93	0,66			
	Ev Hanımı ⁴	28	4,32	0,87			
	Öğrenci ⁵	156	4,08	0,82			
	Serbest Meslek ⁶	28	3,85	0,88			
	Diğer ⁷	69	4,23	0,72			
Takdir	Özel Sektör Çalışanı ¹	178	4,19	0,73	2,296	0,891	-
	Memur ²	103	4,21	0,71			
	Emekli ³	6	4,22	0,72			
	Ev Hanımı ⁴	28	4,30	0,78			
	Öğrenci ⁵	156	4,20	0,78			
	Serbest Meslek ⁶	28	4,03	0,85			
	Diğer ⁷	69	4,20	0,79			
Sosyalleşme	Özel Sektör Çalışanı ¹	178	3,56	0,76	13,921	0,031	1-4 4-6 5-6 4-7 5-7
	Memur ²	103	3,59	0,71			
	Emekli ³	6	3,66	0,92			
	Ev Hanımı ⁴	28	3,87	0,80			
	Öğrenci ⁵	156	3,71	0,81			
	Serbest Meslek ⁶	28	3,25	0,77			
	Diğer ⁷	69	3,41	0,86			
Konfor	Özel Sektör Çalışanı ¹	178	3,53	1,09	9,839	0,132	-
	Memur ²	103	3,68	0,89			
	Emekli ³	6	3,66	0,91			
	Ev Hanımı ⁴	28	3,82	0,99			
	Öğrenci ⁵	156	3,79	0,98			
	Serbest Meslek ⁶	28	3,27	0,90			
	Diğer ⁷	69	3,60	0,97			

Tablo 5.6. Katılımcıların Mesleklerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların mesleklerine göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi analizi yapılmıştır. Bu bulgulara göre Sosyalleşme boyutunda katılımcıların mesleklerine göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Analiz bulguları incelendiğinde Sosyalleşme

boyutunda ev hanımı grubundaki katılımcıların ortalamasının özel sektör çalışanı grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu, ev hanımı ve öğrenci grubundaki katılımcıların ortalamalarının serbest meslek ve diğer grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür.

5.6.7. Katılımcıların Gelirine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların gelirlerine göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.7’de yer almaktadır.

	Gelir	N	Ort	SS	F	p
Nezaket	2.825 TL ile 4.000TL arası	110	4,23	0,74	1,747	0,138
	4.001 TL ile 5.500 TL arası	81	4,26	0,63		
	5501-7000 TL arası	62	4,13	0,66		
	7.001 TL veya üzeri	126	4,23	0,68		
	Belirtmek İstemiyorum	189	4,06	0,85		
Takdir	2.825 TL ile 4.000TL arası	110	4,26	0,76	0,850	0,494
	4.001 TL ile 5.500 TL arası	81	4,29	0,70		
	5501-7000 TL arası	62	4,21	0,66		
	7.001 TL veya üzeri	126	4,14	0,74		
	Belirtmek İstemiyorum	189	4,15	0,81		
Sosyalleşme	2.825 TL ile 4.000TL arası	110	3,58	0,83	0,615	0,652
	4.001 TL ile 5.500 TL arası	81	3,65	0,75		
	5501-7000 TL arası	62	3,55	0,71		
	7.001 TL veya üzeri	126	3,51	0,77		
	Belirtmek İstemiyorum	189	3,63	0,83		
Konfor	2.825 TL ile 4.000TL arası	110	3,66	0,98	0,801	0,525
	4.001 TL ile 5.500 TL arası	81	3,64	1,09		
	5501-7000 TL arası	62	3,55	0,96		
	7.001 TL veya üzeri	126	3,54	1,00		
	Belirtmek İstemiyorum	189	3,73	0,98		

Tablo 5.7. Katılımcıların Gelirine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların gelirlerine göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi yapılmıştır. Bu bulgulara göre araştırma ölçek boyutlarında katılımcıların gelirlerine göre anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

5.6.8. Katılımcıların Medeni Haline Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların medeni haline göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.8’de yer almaktadır.

	Medeni Hal	N	Ort	SS	X ²	p
Nezaket	Evli	234	4,22	0,69	1,489	0,475
	Bekar	325	4,13	0,77		
	Belirtmek İstemiyorum	9	4,17	1,00		
Takdir	Evli	234	4,18	0,72	0,603	0,740
	Bekar	325	4,21	0,77		
	Belirtmek İstemiyorum	9	4,22	0,91		
Sosyalleşme	Evli	234	3,56	0,75	0,189	0,910
	Bekar	325	3,61	0,81		
	Belirtmek İstemiyorum	9	3,55	1,07		
Konfor	Evli	234	3,54	1,03	3,185	0,203
	Bekar	325	3,71	0,98		
	Belirtmek İstemiyorum	9	3,66	0,88		

Tablo 5.8. Katılımcıların Medeni Hallerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların medeni hallerine göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi analizi yapılmıştır. Bu bulgulara göre araştırma ölçek boyutlarında katılımcıların medeni hallerine göre anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

5.6.9. Katılımcıların Havayolu İşletmesi Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların havayolu işletmesi tercihinine göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.9.'da yer almaktadır.

	HYT	N	Ort	SS	X²	p
Nezaket	THY	383	4,18	0,73	1,341	0,854
	Pegasus	111	4,14	0,72		
	Anadolu Jet	49	4,23	0,84		
	Sun Express	20	4,05	0,97		
	Onur Air	5	4,12	0,72		
Takdir	THY	383	4,20	0,73	0,729	0,948
	Pegasus	111	4,18	0,75		
	Anadolu Jet	49	4,21	0,75		
	Sun Express	20	4,00	1,14		
	Onur Air	5	4,46	0,60		
Sosyalleşme	THY	383	3,62	0,78	3,197	0,525
	Pegasus	111	3,50	0,79		
	Anadolu Jet	49	3,59	0,83		
	Sun Express	20	3,49	0,96		
	Onur Air	5	3,60	0,84		
Konfor	THY	383	3,70	0,94	6,323	0,176
	Pegasus	111	3,45	1,07		
	Anadolu Jet	49	3,748	1,10		
	Sun Express	20	3,28	1,34		
	Onur Air	5	3,53	1,06		

Tablo 5.9. Katılımcıların Havayolu İşletmesi Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların havayolu işletmesi tercihlerine göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Bu bulgulara göre araştırma ölçek boyutlarında katılımcıların havayolu işletmesi tercihlerine göre anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

5.6.10. Katılımcıların Seyahat Amaçlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların seyahat amaçlarına göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.10'da yer almaktadır.

	Seyahat Amacı	N	Ort	SS	X ²	p
Nezaket	Tatil Amaçlı	260	4,12	0,81	2,886	0,718
	Eğitim Amaçlı	41	4,27	0,66		
	İş Amaçlı	119	4,18	0,69		
	Aile-Akraba Ziyareti	139	4,22	0,67		
	Sağlık	7	4,11	0,86		
	Diğer	2	4,70	0,42		
Takdir	Tatil Amaçlı	260	4,18	0,82	6,485	0,262
	Eğitim Amaçlı	41	4,34	0,62		
	İş Amaçlı	119	4,11	0,73		
	Aile-Akraba Ziyareti	139	4,24	0,67		
	Sağlık	7	4,19	0,89		
	Diğer	2	5,00	0,00		
Sosyalleşme	Tatil Amaçlı	260	3,57	0,82	4,480	0,483
	Eğitim Amaçlı	41	3,75	0,62		
	İş Amaçlı	119	3,50	0,78		
	Aile-Akraba Ziyareti	139	3,65	0,76		
	Sağlık	7	3,57	1,05		
	Diğer	2	3,90	1,55		
Konfor	Tatil Amaçlı	260	3,63	1,00	8,261	0,142
	Eğitim Amaçlı	41	3,93	0,88		
	İş Amaçlı	119	3,48	1,02		
	Aile-Akraba Ziyareti	139	3,70	0,98		
	Sağlık	7	4,00	0,94		
	Diğer	2	3,00	2,82		

Tablo 5.10. Katılımcıların Seyahat Amaçlarına Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların seyahat amaçlarına göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi analizi yapılmıştır. Bu bulgulara göre araştırma ölçek boyutlarında katılımcıların seyahat amaçlarına göre anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

5.6.11. Katılımcıların Hizmet Sınıfı Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutlarının; katılımcıların hizmet sınıfına göre farklılık analiz bulguları Tablo 5.11’de yer almaktadır.

	Hizmet Sınıfı Tercihi	N	Ort	SS	X ²	p	Anlamlı Fark
Nezaket	Ekonomi ¹	534	4,16	0,74	2,057	0,358	-
	Business ²	33	4,31	0,76			
	Diğer ³	1	4,00	.			
Takdir	Ekonomi ¹	534	4,19	0,74	1,469	0,480	-
	Business ²	33	4,24	0,98			
	Diğer ³	1	4,00	.			
Sosyalleşme	Ekonomi ¹	534	3,57	0,79	5,654	0,059	-
	Business ²	33	3,92	0,82			
	Diğer ³	1	4,00	.			
Konfor	Ekonomi ¹	534	3,61	1,00	5,996	0,049	1-2
	Business ²	33	4,03	0,89			
	Diğer ³	1	4,00	.			

Tablo 5.11. Katılımcıların Hizmet Sınıfı Tercihlerine Göre Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmaya katılanların hizmet sınıfı tercihlerine göre araştırma ölçek boyutlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi analizi yapılmıştır. Bu bulgulara göre Konfor boyutunda katılımcıların hizmet sınıfı tercihlerine göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Analiz bulguları incelendiğinde Konfor boyutunda business grubundaki katılımcıların ortalamasının ekonomi grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür.

5.6.12. Ölçek Boyutları ile Havayolu Kullanım Sıklığı Arasındaki Korelasyon Analiz Bulguları

Araştırma da kullanılan ölçeğin boyutları olan nezaket, konfor, takdir, sosyalleşme boyutları ile havayolu kullanım sıklığı arasındaki korelasyon analiz bulguları Tablo 5.12’de yer almaktadır.

		1 Yıl İçinde Havayolu Kullanım Sıklığı
Nezaket	r	0,032
	p	0,446
	N	568
Takdir	r	0,018
	p	0,661
	N	568
Sosyalleşme	r	0,006
	p	0,879
	N	568
Konfor	r	-0,041
	p	0,327
	N	568

Tablo 5.12. Ölçek Boyutları ile Havayolu Kullanım Sıklığı Arasındaki Korelasyon Analiz Bulguları

Ölçek Boyutları ile 1 yıl içindeki havayolu kullanım sıklığı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için yapılmış olan Pearson korelasyon analiz yapılmıştır. Bu bulgulara göre Ölçek Boyutları ile 1 yıl içinde havayolu kullanım sıklığı arasında anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Misafirperverlik, günümüz dünyasında yeni, deneyim temelli ekonomide hizmet için tartışılmaz bir kritik anahtar başarı faktörüdür. Hizmet verilirken sunulan üstün misafirperverlik kalitesi, ana hizmet sunumunu ve misafir memnuniyetini artırabilmektedir. Misafir memnuniyeti, bir ürün veya hizmete ilişkin satın alma faaliyetinden önceki beklenti ve satın alma faaliyetinden sonra yaşanan deneyimin hoşnut edici olması durumudur. İşletmeler sürdürülebilirliklerini gerçekleştirebilmek için, devamlı değişen ve gelişen misafir isteklerinin neler olduğunu araştırmalı ve hizmetlerini bu istek ve ihtiyaçlara göre tasarlamalıdır. Söz konusu bu değişimlerle, hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler misafir memnuniyetini artırarak sürdürülebilirliğini sağlayabilir.

Misafir memnuniyeti; hizmet kalitesi, beklentiler, performans, fiyat ve kültür faktörlerinden etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri olan performans havacılık hizmeti verilmesi esnasında kabin ekibinin performansını da içermektedir. Diğer bir ifade ile kabin ekibinin performansı misafir memnuniyetini etkilemektedir. Dolayısıyla hizmet kalitesinde de belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Hizmet sektöründe; hizmeti sunan kişiler genellikle insanlar olduğundan çalışanların performansı önem arz etmektedir. Bu bağlamda kabin ekibinin performansı havacılık sektöründe hizmet kalitesinin artırılmasında önemli bir unsurdur. Literatürde turizm sektöründe misafirperverlik konusunda çalışmalar bulunmasına rağmen havacılık sektöründe yer alan araştırmalar yok denecek kadar azdır. Bu araştırmalardan biri olan Nameghi ve Ariffin (2013), havayolu işletmelerinde kabin ekibi perspektifi açısından misafirperverlik algısını değerlendirmek amacıyla bir ölçek geliştirmiştir. Bu ölçekte kabin ekibinin ev sahibi olarak davranışları nezaket, sosyalleşme, takdir ve konfor boyutları kapsamında ele alınmıştır. Araştırmamızda söz konusu kabin ekibi misafirperverliği boyutlarının yolcu nitelikleri arasında farklılaşıp farklılaşmadığı incelemektedir.

Katılımcılardan toplanan veriler incelendiğinde, söz konusu verilerin normale yakın bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu noktada örneklem büyüklüğünün genellenebilir sonuçlar ortaya koyabilmek için yeterli olduğu değerlendirilmektedir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 6.1 ve Tablo 6.2 de yer almaktadır.

Kabin Ekibi Misafirperverlik Boyutları	Katılımcıların Nitelikleri	Yaş	Öğrenim Durumu	Meslek	Hizmet Sınıfı Tercihleri
Nezaket		+	-	-	-
Takdir		-	-	-	-
Sosyalleşme		-	+	+	-
Konfor		-	+	-	+

Tablo 6.1. Kabin Ekibi Misafirperverliği Boyutları ile Katılımcıların Nitelikleri Arasındaki İlişkiler

Tablo 6.1’den görüldüğü gibi araştırmamızda analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre ankete katılanların yaş, öğrenim durumu, meslek ve hizmet sınıfı tercihleri ile kabin ekibi misafirperverliği boyutları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buradan hareketle havayolu seyahati yapan katılımcıların yaşları, öğrenim durumu, meslek ve hizmet sınıfı tercihleri kabin ekibinin misafirperverliğine ilişkin dört boyutta farklılaşmaktadır. Ancak katılımcıların araştırma kapsamında analiz edilen özellikleri, kabin ekibi misafirperverliğinin dört boyutundan farklı farklı boyutlarında etki göstermektedir. Örneğin; yaş değişkeni nezaket boyutunda farklılık gösterirken; meslek değişkeninin sosyalleşme boyutunda farklılık gösterdiği; konfor boyutunda ise hizmet sınıfı tercihinin farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların öğrenim durumu ise kabin ekibi misafirperverliğinin hem sosyalleşme hem de konfor boyutlarında farklılaşmaktadır. Ankete katılan katılımcıların niteliklerinin hiçbirinin kabin ekibi misafirperverliğinin takdir boyutu üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kabin ekibinin içtenlikle teşekkür etmesi, yolcuları dostça uğurlaması ve havayolu işletmesi ile tekrar uçmaya davet etmesi gibi özellikleri içeren takdir boyutu araştırmamız kapsamındaki yolcuların niteliklerine göre farklılaşmamaktadır. Buradan hareketle, havayolu işletmesi müşteri memnuniyetini artıracak faaliyetler düzenlerken; takdir boyutu kapsamındaki kabin ekibi faaliyetlerine alt sıralarda öncelik vermesi gerektiği söylenebilir.

Yaş faktörü ele alındığında nezaket boyutunda 26-33 yaş arasındaki katılımcıların ortalamalarının 18-25 yaş arasındaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulguya göre; kabin ekibinin kibar ve saygı çerçevesinde etkileşimde bulunması ve yolcularla etkileşimleri sırasında doğal ve güler yüzlü bir ifade ile göz teması kurmaları örneklemimiz kapsamında 26-33 yaş aralığındaki yolcular tarafından diğer yaş gruplarına nazaran daha önemli olduğunu göstermektedir. Bu sonuçtan hareketle uçak içi yerleştirme ve kabin personelinin görev alanında yolcu dağılımının imkanlar dahilinde ise yaş gruplarına göre düzenlenmesinin, tecrübeli kabin personelinin üst yaş grupları ile, görece daha az tecrübeye sahip personelin ise daha alt yaş grupları ile ilgilenmesinin yolcu memnuniyetini üst noktalara taşıması beklenmektedir.

Sosyalleşme boyutu; katılımcıların mesleklerine göre farklılaşmaktadır. Bu boyutta; ev hanımı grubundaki katılımcıların ortalamasının özel sektör çalışanı grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yine bu boyutta ev hanımı ve öğrenci grubundaki katılımcıların ortalamalarının serbest meslek ve diğer grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kabin ekibinin küçük konuşmalar yapması ya da yolcularla ilgilenmesi, zaman geçirmesi; ev hanımı ve öğrenci niteliğine sahip olan yolcularda daha önemli olduğu görülmektedir. Buradan hareketle yoğunlukla hedef kitlesi ev hanımı ve öğrencilerden havayolu işletmelerinin kabin ekibi performansında sosyalleşme boyutunu önemseyerek hizmet kalitesini artırabileceği ifade edilebilir. Sosyalleşme düzeyi görece yüksek meslek mensuplarının birbirleriyle iletişim kurabilecekleri yerleşim düzenlerinin, ilgili meslek mensuplarının birbirleriyle diyalogunu kolaylaştıracağı, bu diyalogun yolcuların kendilerini mutlu hissetmelerine ve buna bağlı olarak havayolu kullanım memnuniyetine olumlu katkı sağlayabileceği öngörülebilir.

Konfor boyutu, katılımcıların hizmet sınıfı tercihlerine göre farklılık göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre konfor boyutunda business grubundaki katılımcıların ortalamasının ekonomi grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu görülmüştür. Buradan hareketle business grubunda seyahat eden yolcular için konfor boyutunun önemli bir unsur olarak görülmesi kabin ekibinin tutum ve davranışlarının önemli olduğunu göstermektedir. Bu nedenle konfor boyutunun; business hizmet tercihi

sunan havayolu işletmeleri için müşteri tatmini/memnuniyetini artırmada önemli bir unsur olduğu söylenebilir.

Sosyalleşme ve Konfor boyutlarının, katılımcıların öğrenim durumlarında farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyalleşme boyutunda ilköğretim grubundaki, lise grubundaki ve ön lisans grubundaki katılımcıların ortalamalarının lisansüstü grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda sosyalleşme ve konfor boyutunda ön lisans grubundaki katılımcıların ortalamalarının lisans grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konfor boyutunda ön lisans grubundaki katılımcıların ortalamasının lisans ve lisansüstü grubundaki katılımcıların ortalamasından daha yüksek olduğu saptanmıştır. Buradan hareketle; ön lisans grubundaki katılımcıların yoğunlukta olduğu havayolu işletmeleri kabin ekibinin misafirperverlik performansında yolcuların uçakta iyi bir şekilde dinlenebilmeleri ya da uyuyabilmelerini sağlamak için kabin ekibinden ellerinden gelen çabayı göstermeleri ve yolcular ile kuracakları etkileşimi artırmaları sayesinde memnuniyetin ve hizmet kalitesinin artabileceği söylenebilir. Bu bağlamda öğrenim düzeyinin, bireylerin sosyalleşme düzeyini yükselttiği ve konfor beklentisini artırdığı sonucuna ulaşılabilir. Bu sonuca bağlı olarak havayolu işletmelerinin yolcu sadakat programı, toplu kurumsal bilet satışı vb. uygulamalar yardımıyla yolcu beklentilerine uygun planlama yapmasının mevcut yolcu memnuniyet düzeyini artıracakı söylenebilir.

Katılımcıların Özellikleri	Cinsiyet	Gelir Düzeyi	Medeni Durum	Havayolu İşletmesi Tercihi	Seyahat Amacı	Havayolu Kullanım Sıklığı
Kabin Ekibi						
Misafirperverlik Boyutları						
<i>Nezakət</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Takdir</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Sosyalleşme</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Konfor</i>	-	-	-	-	-	-

Tablo 6.2. KabinEkibi Misafirperverliği Boyutları ile Katılımcıların Nitelikleri Arasında İlişki Bulunmayan Değişkenler

Tablo 6.2’den de görüldüğü gibi araştırmamız kapsamında ankete katılan katılımcıların cinsiyeti, gelir düzeyi, medeni halleri, havayolu işletmesi tercihleri, seyahat amaçları, havayolu kullanım sıklığı değişkenleri ile kabin ekibi misafirperverliği boyutları arasında anlamlı ilişkiler bulunamamıştır. Buradan hareketle havayolu seyahatini bir kez deneyimlemiş kişilerin cinsiyeti, gelir düzeyi, medeni halleri, havayolu işletmesi tercihleri, seyahat amaçları, havayolu kullanım sıklığı değişkenlerinin kabin ekibi misafirperverliği boyutları olan nezaket, takdir, sosyalleşme ve konfor üzerinde etkili olan bir değişken olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Havayolu işletmelerinde kabin ekibinin misafirperverliğini günümüz dünyasında rekabette üstünlük sağlayacak hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini artırıcı bir özellik olması nedeniyle havayolu işletmeleri bu ölçeği geliştirerek havayolu pazarında hitap ettiği misafirlere ölçeği uygulayarak gelecekle ilgili planlamalarını ve stratejilerini belirleyebilir. Ayrıca gelecekte bu konuda yapılacak farklı araştırmalar akademi açısından da önem taşımaktadır. Bu çalışma kabin ekibi misafirperverliğini deneyimlemiş kişilerin demografik özelliklerine göre misafirperverliğin boyutlarındaki farklılaşmayı analiz etmesiyle sınırlıdır. Önümüzdeki yıllarda araştırmacılar kabin ekibi misafirperverliğinin boyutları olan nezaket, takdir, sosyalleşme ve konforu etkileyen faktörlerin nasıl geliştirilebileceğine ve nasıl çeşitlendirilebileceğine yönelik araştırmalar yapılabilir.



KAYNAKLAR

- Afacan, H. H. (2001). Sosyalleşmenin fonksiyonları. *Toplumbilimi dergisi*, Konya, 2(5), 68-70.
- Akan, S., (2017). Sivil Havacılık Sektöründe Kabin Memurluğu Eğitimi ve Bireylerin Mesleki Tercihlerine Etkisi. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdemir, Y. (2005). Atatürk Dönemi Türk Havacılığı. YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü. Ankara
- Akduman G., Karahan, G., Solmaz M.S., (2018). İletişim Becerileri Üstünde Empati ve Psikolojik Sağlamlığın Etkisi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri ve Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Öğrencileriyle Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Cilt3/Sayı4* ISSN : 2602-2486
- Akgün Girgin, E. (2019). Kadın Bluzlarında Kullanılan Dokuma Kumaşların Duyusal Konfor Açısından İncelenmesi. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Akpur Y. Z (2021). Geleneksel ve Düşük Maliyetli Havayollarının Covid-19'a Karşı Aldığı Önlemlere Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi Cilt 2 Sayı 1
- Aktaş, H. (2011). Havacılık İşletmelerinde Beşeri Faktörler Perspektifinden Uçuş Ekibi Kaynak Yönetimi: Sivil Havacılık İşletmeleri Pilotlarının Kişilik Yapıları ile Uçuş Ekibi Yönetimi Tutumları Arasındaki İlişki. Yök Tez Merkezi, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Enstitüsü. İstanbul.
- Aktepe, C., Şahbaz, R.P. (2010) “Türkiye’nin En Büyük Beş Havayolu İşletmesinin Marka Değeri Unsurları Açısından İncelenmesi ve Ankara İli Uygulaması”, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Sayı 11/2, 69-90
- Alamdari F. (1999). Airline in-flight entertainment: the passengers' perspective. *Journal of Air Transport Management*, 203-209.
- Alan, S., (2021) Doğu Sahası Tarihî Türk Yazı Dillerinde Nezaket ve Saygı Bildiren Söz Varlığı Yök Tez Merkezi Doktora Tezi Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Altunbay, M. (2016). Temel Bir Değer Olarak Dede Korkut'ta Misafirperverlik ve İzzeti İkrâm, *Akademik Bakış Dergisi*, sayı 56, 359-371
- Altunışık R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı (7.ed.). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Alves C., Barbot C. (2007). Short Communication: Do Low Cost Carriers Have Different Corporate Governance Models? *Journal of Air Transport Management*, 2007: 13 2. s. 116–120.

- Ariffin, A.A., Maghzi, A., Aziz, N.A., 2011. Understanding hotel hospitality and differences between local and foreign guests. *International Review of Business Research Papers* 7 (1), 340-349.
- Arslan, M (1999). Türk Edebiyatında Manzum Surnameler (Osmanlı Saray Dügünleri ve Şenlikleri), Ankara, *Atatürk Kültür Merkezi Yayınları*
- Aslan, A., ve Akova, O. (2018). Butik Otellerde Otantik Unsurların ve Hizmet Uzantılarının Misafir Memnuniyetine Etkisi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2330-2344.
- ATAG (2018). Benefits Beyond Borders October 2018 Report
- ATAG (2020). Benefits Beyond Borders September 2020 Report
- Ateş S.S., Kağncıoğlu C.H. Havayolu İşletmelerinde Gecikme: Başarıya Götüren Yaklaşımlar UHAT-2012 / I. Ulusal Havacılık Teknolojisi ve Uygulamaları Kongresi/20-22 Aralık 2012 – Konak/İZMİR
- Ateş Y., Ürgün, S. (2017). Kablosuz Uçak İçi Eğlence Sistemi Uygulaması Ve Gömülü Sistemlere Göre Analizi. *Journal of Aviation*, 99-106.
- Bahar E. (2018). Türkiye'de havayolu işletmeciliğini gelişimi. *Arel Eysad Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 25-36.
- Bahrilli Tekin C., Demir, Göloğlu C.,(2021). Sevgi Bir Kuş” Çocuk Dergisinin Değerler Açısından İncelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi e-ISSN: 2147-1606*
- Bal H., Manga M., Gümüş Akar P. (2017). Havacılık sektörü ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği . *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 353-366.
- Başer, G., (2019). Misafir İlişkileri Yönetiminde Kültürlerarası Farklılıkları Yönetmek. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl : 2019 – Kış / Sayı: Ek-1 Özel Sayı Sayfa / Page: 53-67 ISSN: 1302-6879 Van.*
- Battal, Ü., Yılmaz H., Ateş S.S. (2006). Türkiye'de İç Hatlarda Serbestleşme ve Geleneği. *Kayseri VI. Havacılık Sempozyumu 12-14 Mayıs 2006*. Nevşehir: HASEM.
- Belobaba P., Odoni A., Barnhart C. (2016). *The Global Airline Industry* (pp.1-18). John Wiley & Sons, Ltd., UK.
- Benitez R.B. ve Lodewijks G. (2008). Full service carrier, low-cost carrier and charter airlines. *Literature Review of the Passenger Airline Business Models*, 7. Delft:Trail Research School.
- Brey, E.T., Klenosky, D.B., Lehto, X., Morrison, A.M., 2008. Standard hospitality elements at resorts: an empirical assessment. *Journal of Travel Research* 47 (2), 247e258.

- Bozkurt, V. (2006). *Değişen Dünyada Sosyoloji*, Ekin Kitapevi, Bursa
- Bülbül K. G., (2013). Havayolu Taşımacılığında Üretkenlik Karşıtı Davranışlar ve Kabin Görevlilerinin Algısı Üzerine Bir Araştırma. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çağrııcı, M. (2005). “Misafir”. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları*, C 30 171-172.
- Cam A.C. (2019) Havayolu Pazarlamasına Giriş Ankara, Pegem Akademi
- Cavcar M., Dalkılıç S., Cavcar A., Ateş S.S., Çınar E. (2015). *Havacılığa Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.
- Cento A. (2009). *The airline industry - challenges in the 21st century. Heidelberg: Physica Verlag*.
- Cevheri, S. Gizem Alpakgir, 2014 “Mültecilik Kavramının ve Mültecilerin Hukuki Durumuna Dair Sözleşmede Yer Alan Hakların Koşullu Misafirperverlik Üzerinden Değerlendirilmesi”. III. *Türkiye Lisansüstü Çalışmaları Kongresi-Bildiriler Kitabı* IV, 97-108.
- Chena H.T., Chao C.C. (2015). Airline choice by passengers from Taiwan and China: A case study of outgoing passengers from Kaohsiung International Airport. *Journal of Air Transport*, s. 53-63.
- Conolly, R. 2007. "Trust and Taxman: A Study of the Irish Revenue's Website Quality." *The Electronic Journal of e-Government* 5 (2): 127-134
- Çubukçu, K., (2016). Konaklama İşletmelerinde Turistlerin Anadolu Misafirperverliği Algısının Satın Alma Sonrası Tutum ve Davranışlarına Etkisi. Yök Tez Merkezi Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Çelik S. (2017). Havayolu Taşımacılığı Endüstrisi ve Ekonomik Etkileri. *The Journal of International Scientific Researches*, s.82-89.
- Demirel, N. (2019) Müşteri Memnuniyetinin Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisinde Hizmet Telafisinin Düzenleyicilik Rolü: Nevşehir’deki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, Yök Tez Merkezi Doktora Tezi
- Dobruszkes F., Mondou V., Ghedira, A. (2016). Assessing the impacts of aviation liberalisation on tourism: Some methodological considerations derived from the Moroccan and Tunisian cases. *Journal of Transport Geography* , 115-127.
- Doganis, R. (2006). *The Airline Business*. USA and Canada : Routledge.
- Doğan, P. D. C. (2007). Kazak Türklerinde Konukseverlik ve Konuk Ağırlama . *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 0 (36), 27-44.

- Durceylan A.Ö. (2013). Havayolu Yolcu Taşımacılığı Hizmetinde Yaşanan Kritik Olayların Kabin Personeli Bakış Açısıyla Araştırılması. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dursun, M. E., (2008). Havayolu İşletmelerinde Uçuş Öncesi, Uçuş Esnası ve Uçuş Sonrasında Sunulan Hizmetlerin Kalitesinin Ölçülmesi: İç Hatlarda Bir Uygulama. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ekin, A., (2021). Aslı; Etkili İletişim ve Sağlık Kurumlarında Hastaile Hekim İletişimi. Current Debates on Health Sciences 1, Bilgin Kültür Sanat Yayınları
- Eser, Z. (2002). Çinli Turistlerin Türkiye’de Sağlanan Hizmetlerden Tatminlerini Oluşturan Boyutları Üzerine Bir Araştırma, *D.A.Ü. Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:3 Sayı:2, s:77-96.
- Eski S., Tasus H.S. (2018). Havaalanlarında Sunulan Yer Hizmetlerinin Avrupa Ekonomisine Etkisi: Türkiye, Almanya ve İngiltere Uygulamaları. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 20/1, s. 56-83.
- Evciman S. (2019). Antik Yunanistan’da Misafirperverlik Anlayışının Dönüşümü. 2019, 92-112
- Forgas S., Moliner M., SÃ¡nchez J., Palau, R. (2010). Antecedents of airline passenger loyalty: Low-cost versus traditional airlines. *Journal of Air Transport Management*, s. 229-233
- Ganiyeva F (2021). Azerbaycan'ın Geleneksel Kültüründe Etnik Bir İşaret Olarak Misafirperverlik *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 35, 956-967.
- Geçen E. (2011) Düşük Maliyetli Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Marka Tercihi ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.
- Gerede E. (2002). *Havayolu taşımacılığında küreselleşme ve havayolu işbirlikleri-THY-AO'da bir uygulama*. Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Doktora Tezi
- Gerede E. (2011). Türkiye'deki Havayolu Taşımacılığına İlişkin Ekonomik Düzenlemelerin Havayolu İşletmelerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 505-537.
- Gerede E. (2015). *Havayolu Taşımacılığı ve Ekonomik Düzenlemeler Teori ve Türkiye Uygulaması* . Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları
- Gerede E. (2017). Küreselleşmenin Farklılaşma Stratejisi İzleyen Havayolu İşletmelerine Etkisi ve Havayolu İşbirlikleri. *Conference Paper*, 137-147.
- Gerede E. (2017). Hava aracı bakım maliyetlerini etkileyen faktörlerin ve bakımını havayolu işletmesinin gelir ve giderlerine etkisinin araştırılması. Ulusal Havacılık Teknolojisi ve Uygulamaları Kongresi, İzmir

- Graaff A. d. (2012). Can we still dream? R. Curran içinde, *Air Transportation Operations* (3-10). Amsterdam: IOS Press BV.
- Graf L. (2005). Incompatibilities of the low-cost and network carrier business models within the same airline grouping. *Journal of Air Transport Management*, 11 (5), 313-327.
- Grant R. M. (2008). Cases to Accompany Contemporary Strategy Analysis. 7E., John Wiley & Sons, Ltd., UK.
- Gökalp, Z. (2017). *Türkçülüğün Esasları*. (Beşinci baskı) İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Gülçubuk, A., (2008). Müşteri Bağlılığı Yaratmada Fiyat Politikasının Önemi ve Uygulanan Fiyatlandırma Yöntemlerinin Değerlendirilmesi. Celal Bayar Üniversitesi, Yönetim ve Ekonomi, 15 (1), 15-26.
- Gün D. (2001). *Havayolu işletmelerinde dağıtım kanalları ve bilgisayarlı rezervasyon sistemleri Türkiye uygulaması*. Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Yayınlanmamış Tez.
- Güney, S. (2000). Davranış Bilimleri. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. S: 48 – 55.
- Gürbüz, S., Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe-yöntem-analiz*. (5. Baskı) Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürdal M. (2015). Turizm Ulaştırması, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara
- Hacıoğlu N. (1996). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Bursa: Uluadağ Üniversitesi Basımevi.
- Hinrichsen, H., Enck, P. (2006). Passenger well-being in airplanes. *Autonomic Neuroscience: Basic and Clinical*, 129, ss. 80-85.
- Holloway S. (2012). Straight and Level: Practical Airline Economics (3rd Edition b.). Ashgate Publishing. IATA. (2017). Economic Performance of Airline Industry. Montreal: IATA
- Holloway S. (2008). *Straight and Level: Practical Airline Economics*. Aldershot: Ashgate.
- Holloway S. (2003). Straight and Level : Practical Airline Economics (Second edition Aldershot, Hampshire Ashgate, 2003) s. 427
- ICAO (2016N Manual on the Regulation of International Air Transport 2016:5.1.1 (Doc 9626)
- İnan T. T. (2017a). Havayollarında yolcu konforu ve hizmetlerinin şirket faaliyet ve finansal performansına etkisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

- İnan T. T. (2017b) Hizmet ve Konfor Parametrelerine İlişkin En İyi Havayolunun Seçimi ve Örnek AHP Uygulaması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 56.s. 425-439.
- İşler Ö. 2009. Türkiye’de turizm ve havayolu analizi. YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul
- İşyapan Gürbüz, T. (2015) Duygusal Zeka Yeteneklerinin Problem Çözme Üzerine Etkisi: Sivil Havacılık Alanında Kabin Ekipleri Örneği. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Jones P. (2004). Flight Catering. Burlington: Elsevier.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2012). *Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi: Kültürel Psikoloji* (3. Basım). Koç Üniversitesi, İstanbul.
- Karadağ B. (2008). Sünnette Misafirlik Ve Misafir Ağırlandırma Yök Tez Merkezi Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.
- Karadeniz, H. Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersinde Misafirperverlik Değerindeki Değişim ve Sürekliliğe İlişkin , Değerlendirmeleri Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Karagülle Ö., Birgören T. (2013). *Havayolu taşımacılığında uçucu ekip yönetimi*. İstanbul: Beta Basım ve Yayımlar.
- Karahan G. (2015). Havayolu İşletmelerinde Yönetim Organizasyon Yapısı ve stratejik yönetim uygulamaları, Türk Hava Yollarında uygulanan stratejik yönetim uygulamaları üzerine bir inceleme. YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Türk Hava Kurumu Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara
- Karahan G., Eyüpoğlu E. Örgütsel İletişimde İşe İlişkin Duyuşsal İyilik Algısı ile Öznel Mutluluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye’de Havayolu Şirketlerinde Kabin Memurları Üzerine Bir Alan Araştırması Social Sciences Research Journal, Volume 7, Issue 3, 210-232 (September 2018), ISSN: 2147-5237
- Karagöz, Y. (2016). SPSS 23 VE AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karakuş, İ., Göral, R., Burak, Y. (2022). Otel İşletmeleri Müşteri Memnuniyet Endeks Modeli: Konya Otel İşletmeleri Uygulaması. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi* 1(1): 38-50
- Karataş, Z., Uzun K., (2020). Şükran mı Duyuyoruz, Yoksa Minnettar mıyız? (*Derleme Makale*). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi e-ISSN:2146-5983 Yıl: 2020 Sayı: 56 Sayfa: 411-440

- Karayağmurlar B. (2013). Yolcu uçaklarında kabin içi tasarımın tarihsel gelişimi ve güncel kabin içi mekân düzenlemelerinin incelenmesi. YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Kaya E. (2010). *Havalanlarında Fiyatlandırma Açısından Muhasebe Bilgi Sistemi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kaya, E., (2017). Kabin Ekibi Personelinin Yetkinlik Geliştirme ve İşe Uyum Süreci; Havacılık Sektöründe Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, F. (2018). Otantiklik Ve Misafirperverlik Algılarının Turist Deneyimi Üzerine Etkisi: Kapadokya Bölgesi Örneği. Yök Tez Merkezi Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, Z., Şahin, M. (2013). *Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. (2. Baskı) Konya: Eğitim Yayınevi.
- Khvedeliani, T., Altun S, (2019). Vaja Pşavela'nın "Misafir Ve Ev Sahibi" Adlı Şiirinde Misafirperverlik Âdeti: "Bugün O Benim Misafirimdir..." TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi; ISSN: 1308-8041, e-ISSN: 1309-4033; Yıl: 2019; Ay: Mart; Cilt: 11/KIŞ, Sayı: 41
- Kırgız A., Arıkan, İ. (2015). Havayolu Ulaştırması . Arıkan içinde, *Turizm Ulaştırması* (s. 123-156). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kızılcan, S. & Demiral, G. (2021). Kabin Ekibinin Mesleki Tükenmişlik Düzeyinin İncelenmesi: Bir Özel Havayolu Şirketi Örneği . *Havacılık ve Uzak Çalışmaları Dergisi* , 2 (1) , 17-46.
- Koch, B. (2010). Aviation Strategy and Business Model, Wald, A., Fay, C., Gleich, R. (Ed.), Introduction to Aviation Management, Berlin: LIT Verlag, 154.
- Koklica M.K., Kinneyb M-K, Vegelj S., (2017). An investigation of customer satisfaction with low-cost and full-service airline companies. *Journal of Business* 80:188-196.
- Kotler P. B. (1999). *Marketing for hospitality and tourism*.
- Kozak, Nazmi. (2008). "*Turizm Pazarlaması*", Detay Yayıncılık, İkinci Baskı, Anlara.
- Kozak M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuyucak F., Şengü, Y. (2011, 19 1). A comparative study of airlines operating in Turkish Domestic Market: Low cost business model perspective. *Journal of Business Review Cambridge*, s. 62-69.
- Kuyucak F., Şengür Y., (2009). Değer Zinciri Analizi: Havayolu işletmeleri İçin Genel Bir Çerçeve. *KMU İBF Dergisi* Yıl:11 Sayı:16 Haziran/2009.

- Lashley, C., Morrison, A., (2001). In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Lederer P. J., Nambimadom R. S., “Airline Network Design”, *Operations Research*, 46 (6), 1998.
- Leong L., Hew T., Lee V., Ooi K. (2015). An SEM- Artificial-Neural-Network Analysis of The Relationship between SERVPERF, Customer Satisfaction and Loyalty among Low-Cost and Full-Service Airline. *Expert System with Applications*, s. 6620-6634.
- Lumbroso A. (2019). Aviation liberalisation: What headwinds do we still face? *Journal of Air Transport Management*, 22-29.
- Magretta J. (2010). İş Modelleri neden önemlidir. İ. Gülfidan içinde, *İş Modeli İnovasyonu* (s. 11-27). İstanbul : Mess Yayın.
- Mengü C. (2013). *Havacılık Endüstrisinde Turizm*.
- Mesleki Yeterlilik Kanunu (2015). Ulusal MeslekStandardı Uçak Kabin Memur Seviye 4 Referans Kodu / 15UMS0472-4 Resmi Gazete Tarih-Sayı / 19.03.2015 - 29300 (Mükerrer)
- Murphy A., (2001). The flight attendant dilemma: an analysis of communication and sense making during in-flight emergencies. *Journal of Applied Communication Research* 29:1 30-53.
- Nameghi, E.N.M., Ariffin A.A.M., (2013). The measurement scale for airline hospitality: Cabin crew’s performance perspective. *Journal of Air Transport Management* 30 (2013) 1e9
- O’Connell, J. F. (2011). Airlines: An Inherently Turbulent Industry. *Air Transport in the 21st Century*. (Ed: J. F. O’Connell ve G. Williams). Farnham ve Burlington: Ashgate, ss. 66-67, 187-188.
- Odabaşı, Y., (2017). Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Sistem Yayıncılık, 10. Basım, İstanbul.
- Onursal Ayırır, İ., (2020). “Türkiye Türkçesinde Kalıp Sözler: Nezaket Kuramı Açısından Edimbilimsel Bir Değerlendirme” *Millî Folklor* 126 (Yaz 2020): 86-98
- Önen V., & Karabulut, N. (2018). Havayolu Uçak İçi İkram Satış Tahmin Modeli Bir Havayolu Uygulaması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi Cilt 5 Sayı 2*, s. 100-121.
- Özçelik, Fatma. (2007). "Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi Ve Kocaeli Üniversitesi Derbent Uygulama Oteli Müşterilerine Yönelik Bir Araştırma" Yök Tez Merkezi. Kocaeli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi

- Özer G. (2000). Tur Operasyonlarında Charter Seferlerin Kullanımı ve Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma YÖK Tez Merkezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir
- Özkaya, E. (2015). Havalimanında Hizmet Veren Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Fiyatın Misafir Memnuniyetine Etkisi (İstanbul Atatürk Havalimanı İç Hatlar Terminali Örneği) Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Özsoy G. (2010). *Türk havayolu işletmelerinin 2003 iç hat serbestleşmesine verdikleri stratejik tepkiler*. YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniverisetas Eskişehir.
- Öztürk, A.. (2011). "*Pazarlama İlkeleri*", Gazi Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- (Pituch, K.A., & Stevens, J.P. (2012). Applied multivariate statistics fort he social sciences: Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A MultipleItem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Radnoti, G. (2002). *Profit Strategies for Air Transportation*. McGraw Hill Professional.
- Robinson, M., Lynch, P. (2007) 'The Power of Hospitality: a Sociolinguistic Analysis'. In Lashley, C., Lynch, P. and Morrison, A. (eds) *Hospitality: a Social Lens*. London: Elsevier, 141-154.
- Rohacs D. (2012). An Emission Model to Assess the Environmental Load of Different Personal Aircraft Configurations. R. Curran içinde, *Air Transportation operations* (s. 292-300). Amsterdam: IOS Press BV.
- Sak S. (2015). Tatil amaçlı seyahat eden havayolu yolcularının profil ve tercihlerinin coğrafi bilgi sistemleri ile analiz edilmesi: Antalya örneği. YÖK Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Eskişehir.
- Sakyi, D., (2020). A comparative analysis of service quality among ECOWAS seaports. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives* 6 (2020) 100152
- Sancak, Y., Topkaya, Y., Şimşek, U. (2013) Mevlana'nın Mesnevi Adlı Eserinde Yer Alan Hikâyelerin Misafirperverlik Değerini Öğretmedeki Rolü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (26), 470-481.
- Sarılgan A.E. (2011). Türkiye'de Bölgesel Havayolu Taşımacılığının Geliştirilmesi İçin Gerekenler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 69-88.

- Sarno C., Tantolin C., Hodot R., Maydanik Y., Vershinin S. (2013). Loop thermosyphon thermal management of the avionics of an in-flight entertainment system. *Applied Thermal Engineering* 51, s. 764-769.
- Seçilmiş B.Ö., (2017). Havayolu İşletmelerinde Stratejik Yönetim Uygulamalarının Kabin Ekibi Davranışlarına Etkisi: Bir Havayolu Örneği. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Serçek Özaltaş G., Özaltaş, S. (2016). Otel Misafirperverliği Algısının Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma *İşletme Araştırmaları Dergisi* 8/4 2016140-161
- Sezgen, E., Keith J., Mayer R. (2019). Voice of airline passenger: A text mining approach to understand customersatisfaction. *Centre for Air Transport Management, Cranfield University, Martell House, University Way, Cranfield, Bedfordshire, MK43 0TR, Un*, s. 65-74.
- Shaw S. (2007). Airline Marketing and Management. Ashgate Publishing Limited, Aldershot.
- Shaw, S. (2007). Airline Marketing and Management, Burlington, Ashgate Publishing Company.
- SHGM Genel Havacılık Yönetmeliği (SHY-6B)
- SHGM Ticari Hava Taşımacılığı Yönetmeliği SHY 6A
- SHGM (2014), Ramp Hizmetleri. Yayın NO: HAD/T-21). SİVİL HAVACILIK GENEL MÜDÜRLÜĞÜ YAYINLARI, Pegem Yayıncılık.
- SHGM (2015). Kargo Hizmetleri. Yayın No: HAD/T-23, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Art Ofset Matbaacılık Ltd. Şti.
- SHGM 2020 Faaliyet Raporu*. Ankara.
- Şen L.M., Akpur A., (2017). Düşük Maliyetli Bir Havayolu İşletmesinde Uçak İçi Hizmetler Kalite Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma *İşletme Araştırmaları Dergisi* 9:463-83
- Şengür Y. (2004). Havayolu Taşımacılığında Düşük Maliyetli Taşıyıcılar ve Türkiye'deki Uygulamaların Araştırılması. Y. Şengür. içinde Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Şimşek, A. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2653
- Taş, H. (2021) Mesnevî'de Değerler Ve Mesnevî'nin Değerlere Bakışı* Araştırma Makalesi *Millî Eğitim* • Cilt: 50 • Bahar/2021 • Sayı: 230, (745-767)
- T.C. Ulaştırma ve Alt Yapı Bakanlığı, Sektörel Projeler. (2018). *Ulaşan ve Erişen Türkiye 2018*.

- Tezekan, Ö. (2015). Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Eğitim Programı ile İlgili Havayolu İşletmelerinde Görevli Eğitimcilerin ve İdarecilerin Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Toprak A (2019). Türk Kültüründe Misafirperverlik ve Sofra Açmak / Sofra Çekmek. *Mecmua Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*. Yıl: 4, Sayı: 7, 74-81
- Tosun M. (2017). *Havayolu Taşımacılığının Gelişimi ve Türkiye ekonomisindeki Yeri*. YÖK Tez Merkezi. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ağrı.
- Turan, Ö. (2014). Restoran İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Hizmet Kalitesinin Misafir Memnuniyetine Etkisi:. Yök Tez Merkezi Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Tutar, H., Erdem, A.T. (2020). *Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS Uygulamaları*. (1.Baskı) Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türkoğlu, Melin. (2011). "Müşteri Memnuniyetini Geliştirmede Çağrı Merkezlerinin Gelişimi İçin Simülasyon Bazlı Bir Modelleme Çalışması", İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Ural, A., Kılıç, G. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. (5. Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uslu S. (2011). *Havacılık ve Hava Trafik Kontrol*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları; No.2408.
- Wang J., Xiang Z., Zhi J. Chen J., He S., Du Y., (2021). Cite Assessment method for civil aircraft cabin comfort: Contributing factors, dissatisfaction indicators, and degrees of influence. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 2021, Volume 81
- Wattanacharoensil W., Yoopetch C., (2012) . Thailand's human resource competencies in airline service quality: voices from the airline industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism* 11 (4), 280-302.
- Wensveen J. (2007). *Air Transportation: A Management Perspective*, 6. baskı . Ashgate England.
- Wittmer A. Bieger T. (2011). Fundamentals and Structure of Aviation Systems. *Aviation Systems*. (Ed: A. Wittmer, T. Bieger ve R. Müller). Heidelberg, Dordrecht, Londra ve New York: Springer, ss. 20 ,25, 77, 95-97.
- Yağcı K., Görkem O. (2016). Hava Yolu Yolcularının Kabiniçi Hizmet Algılarının Değerlendirmesi: Türk Havayolları Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 8/1, s. 432-447
- Yalçın O. (2010). Türk Havacılık Tarihinde Bağış Uçakları ve Havacılık Sanayi Kurulmasına Tesirleri. *Gazi Akademik Bakış*, 191-212.

Yimga J. (2020, Mayıs). Price and marginal cost effects of on-time performance: Evidence from the US airline industry. *Journal of Air Transport Management*, s. 1-11.

Yont M. (1998). Sivil Havayolu İşletmelerinde Organizasyon Yapılarının Etüdü ve Türk Hava Yollarında Uygulanması”, YÖK Tez Merkezi. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eskişehir.

Yurtbaşı, M. 2012 Sınıflandırılmış Atasözleri Sözlüğü İstanbul Excellence publishing: 370.

Zahari M., Salleh M., Kamaruddin M., Katut M. (2011). In-Flight Meals, Passenger's Level of Satisfaction and Re-Flying Intention. *International Journal Of Social, Behavioral, Educational, Business and Undustrial Engineering*, 5(12), s. 1982-1989.

İnternet Kaynakları

(<https://www.turkishairlines.com/tr-tr/ucak-bileti/ucus-deneyimi/ucak-ici-ikram/index.html>)

https://thk.org.tr/turk_tayyare_cemiyeti adresinden alınmıştır Erişim tarihi 15 Ağustos 2021).

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü : <http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri> adresinden alınmıştır. Erişim tarihi 18.04.2021

Türk Havayolları: <https://investor.turkishairlines.com/tr/thy-anonim-ortakligi/tarihce> adresinden alınmıştır. Erişim tarihi 15.04.2021

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü : <http://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--tarihce> adresinden alınmıştır. Erişim tarihi 15.04.2021

<https://ttyd.org.tr/tr/faaliyet-raporlari> (erişim tarihi 04.10.2021).

(internet sitesi; <http://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-personel%20i/2138-kabin-memuru> 1Mart 2021).

SHT-CC Kabin Ekibi Talimatı 10 Nisan 2021 tarihinde https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/mevzuat/sektorel/talimatlar/SHT_CC.pdf adresinden ulaşılmıştır.

SHT FTL Uçuş ve Görev Süresi Sınırlamaları İle Dinlenme Gerekliklikleri Talimatı 10 Nisan 2021 tarihinde https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/mevzuat/sektorel/talimatlar/2018/SHT-FTL_Rev02.PDF adresinden ulaşılmıştır.

Uçakla Ticari Hava Taşıma İşletmeciliği Operasyon Usul Ve Esasları Talimatı (SHT OPS 1) 10 Nisan 2021 tarihinde <https://web.shgm.gov.tr/doc5/shtopsrev1.pdf> adresinden ulaşılmıştır.

TDK 2021 <https://sozluk.gov.tr/> Güncel Türkçe sözlük 28.09.2021 tarihinde erişilmiştir





EKLER

EK-1. Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, bir yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacak verilerin elde edilmesi için oluşturulmuştur. Havayolu ulaşımını deneyimlemiş / kullanmış siz değerli katılımcıların görüşleri sadece bilimsel amaçlı kullanılacak olup, cevaplarınız kesinlikle üçüncü kişi veya kurumlarla paylaşılmayacaktır. Soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Sizlerin hali hazırda görüşlerinize göre cevaplamanız beklenmektedir. Göstermiş olduğunuz ilgiye şimdiden teşekkür ederiz.

Tez Danışmanı

Prof. Dr. R. Pars ŞAHBAZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Turizm Fakültesi

Tez Öğrencisi

Öğr. Gör. Songül ASLAN

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

NSBMYO

BÖLÜM -1 DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz ?

☐ Erkek ☐ Kadın

2. Yaşınız ?

☐ 18-25 ☐ 26-33 ☐ 34-41 ☐ 42-49 ☐ 50 ve üstü

3. Öğrenim durumunuz ?

☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü

4. Mesleğiniz ?

☐ Özel sektör çalışanı ☐ Memur ☐ Emekli ☐ Ev hanımı ☐ Öğrenci ☐ Serbest Meslek

☐ Diğer.....

5. Gelir seviyeniz?

☐ 2.825 TL ile 4.000TL arası ☐ 4.001 TL ile 5.500 TL arası
☐ 5.501 TL ile 7.000 TL arası ☐ 7.001 TL veya üstü ☐ Belirtmek istemiyorum

6 Medeni hâliniz ?

☐ Evli ☐ Bekar ☐ Belirtmek istemiyorum

7Milliyetiniz

☐ TC Vatandaşı ☐ Diğer

8. Bir yıl içerisinde havayolu kullanım sıklığınız ?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ve üzeri

9. Seyahat ettiğiniz / edeceğiniz havayolu işletmesi ?

☐ THY ☐ Pegasus ☐ Anadolu Jet
☐ Sun Express ☐ Corendon ☐ Onur Air

10.Genellikle hangi amaçla seyahat edersiniz ??

☐ Tatil amaçlı ☐ Eğitim amaçlı ☐ İş Amaçlı ☐ Aile-Akraba ziyareti ☐ Sağlık
☐ Diğer (Belirtiniz).....

11. Hangi hizmet sınıfını tercih edersiniz. Aşağıdakilerden uygun olanını işaretleyiniz.

☐ Ekonomi ☐ Business ☐ Diğer

BÖLÜM 2

	HAVAYOLU MİSAFİRPERVERLİĞİ VE KABİN EV SAHİPLİĞİ ÖLÇEĞİ	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Kabin ekibi hemen hemen her zaman gerçek anlamda güler yüzlüdür.					
2.	Kabin ekibi konuşurken yolcularla her zaman göz teması kurar.					
3.	Kabin ekibi yolcularla nezaket kuralları çerçevesinde iletişim kurar.					
4.	Kabin ekibi tüm yolculara kişisel ilgi gösterme konusunda ellerinden gelenin en iyisini yapar.					
5.	Kabin ekibi, yolcularla onları rahatsız edecek uzun diyaloglar kurnaktan kaçınır					
6.	Kabin ekibi yolcuların iyi vakit geçirmesi için çalışır.					
7.	Kabin ekibi tüm yolcuları içten bir şekilde karşılar.					
8.	Kabin ekibi tüm yolculara içtenlikle iyi yolculuklar diler.					
9.	Kabin ekibi yolcuları koltuklarına yönlendirir.					
10.	Kabin ekibi, el bagajları konusunda yolculara yardımcı olmak için elinden geleni yapar.					
11.	Kabin ekibi tüm yolcuların isteklerine anında yanıt vermek için elinden geleni yapar.					
12.	Kabin ekibi yolculara teşekkür amaçlı çeşitli hediyeler sunar.					
13.	Kabin ekibi ikramların tüm yolcular tarafından beğenilmesi için uğraşır.					
14.	Kabin ekibi tüm yolcuların yiyecek ve içeceklerini eksiksiz almalarını sağlamak için elinden geleni yapar.					
15.	Hafif ara yemeği uçuşlar esnasında her daim hazırda bulundurulur					
16.	Kabin ekibi yolcuların koltuklarında rahat olduklarından emin olmak için çaba harcar					
17.	Kabin ekibi uçuş esnasında sıcaklığı tüm yolculara uygun hale getirmek için ellerinden geleni yapar.					
18.	Kabin ekibi uçuş esnasında ışıklandırmayı tüm yolculara uygun hale getirmek için elinden geleni yapar.					
19.	Kabin ekibi yolcuların rahatça dinlenip uyuyabilmelerini sağlamak için elinden geleni yapar.					
20.	Kabin ekibi uçuş sırasında tüm yolcuların güvenliğini sağlamak için elinden geleni yapar.					
21.	Kabin ekibi, yolcular varışta herhangi bir sorun yaşarsa, yolcuları yer personeli ile temasa geçmesi için yönlendirir.					
22.	İyi ev sahipliği sunan kabin ekibi havayolu tercihim olumlu yönde etkiler.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Aslan Songül
Uyruğu : T.C.
e-mail :

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	2022
Lisans	Anadolu Üniversitesi Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği	2013

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2016	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	Öğretim Görevlisi (halen)
2014-2016	Skyline Ulaşım Tic. A.Ş.Aviation	Uçuş Ekip Planlama Koordinasyon Şefi
2013-2013	Aviation Technical Services Team	Finans Departmanı

Yabancı Dil

İngilizce



