

Enstitüsü : **Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

Anabilim Dalı : **İşletme**

Programı : **İşletme Uzaktan Öğretim**

Tez Danışmanı : **Dr. Öğr. Üyesi Murat Taha Bilişik**

Tez Türü ve Tarihi : **Yüksek Lisans – Ocak 2020**

ÖZET

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ HİZMETLERİ DEĞERLENDİRMESİ

İsim Soy isim

Asım Kaan Karahasan

İşletmelerin varlık nedenleri olan müşteriler, satın alma faaliyetlerine ara vermedikleri süre boyunca, firmalar rekabet avantajı sağlayacaklardır. Pazarların serbestleşmesi ve küreselleşme ile beraber, müşteriler için oldukça çeşitli alternatifler bulunmaktadır. Müşteriler, bu alternatifler içerisinde birini seçerken, titiz davranacaktır. Firmalar ise bu seçim sürecinde, müşterinin memnuniyetini sağlamanın ve bağlılıklarının gerçekleştirilmesi ile ilgili bir takım alternatif yaklaşımlarda bulunacaklardır. Günümüz rekabet koşulları altında işletmelerin ayakta durabilmelerinin koşulu da budur.

Bu temel ihtiyaçtan yola çıkarak hazırlanan tez 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, Havacılık sektörü tanıtılmış olup, ülkemizde bu sektörün tarihi, gelişimi ve önemi ile ilgili başlıklara yer verilmiştir. İkinci bölümde müşteri kavramı, müşteri hizmetleri ve müşterinin önemi konuları detaylı olarak açıklanmıştır. Üçüncü bölüm ise hava yolu taşımacılığında müşteri hizmetleri ve havayolu şirketlerinde müşteri ilişkileri başlıklarından oluşmaktadır ve bu konu kapsamında öneriler geliştirilmiştir. Son olarak dördüncü bölüm anket sonuçlarından oluşan bulgulara dayanmaktadır, yapılan tüm çalışmaların detaylarına yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: havacılık, müşteri, müşteri hizmetleri

University : **İstanbul Kültür University**

Institute : **Institute of Graduate Studies**

Department : **Business Administration**

Programme : **Business Distance Learning**

Supervisor : **Assistant Professor Murat Taha Bilişik**

Degree Awarded and Date : **MA – January 2020**

ABSTRACT

EVALUATION OF CUSTOMER SERVICE IN THE AVIATION SECTOR

Name Surname

Asım Kaan Karahasan

Customers, which are the reasons for the existence of enterprises, will provide competitive advantage during the period in which they do not interrupt their purchasing activities. With the liberalization of markets and globalization, there are many alternatives for customers. Customers will be meticulous when choosing one of these alternatives. In this selection process, companies will take a number of alternative approaches to ensure customer satisfaction and fulfill their loyalty. This is the condition for the enterprises to survive under today's competitive conditions. The thesis is based on this basic need and consists of 4 chapters. In the first part, the aviation sector has been introduced and the topics related to the history, development and importance of this sector have been given. In the second part, customer concept, customer service and importance of customer are explained in detail. The third part consists of customer service in airline transportation and customer relations in airline companies and suggestions are developed within this scope. Finally, the fourth section is based on the findings of the survey results and details of all the studies are given.

Keywords: aviation, customer, customer service