

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
LOJİSTİK YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI
ULUSLARARASI PAZARLAMA VE LOJİSTİK YÖNETİMİ
BİLİM DALI**

**PANDEMİ DÖNEMİNDE HAVA KARGO
TAŞIMACILIĞININ KURUMSAL MÜŞTERİ
MEMNUNİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
KONYA ÖRNEĞİ**

MERYEM AKCA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
DR.ÖĞR.ÜYESİ YASEMİN TELLİ ÜÇLER**

KONYA-2023

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
LOJİSTİK YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI
ULUSLARARASI PAZARLAMA VE LOJİSTİK YÖNETİMİ
BİLİM DALI**

**PANDEMİ DÖNEMİNDE HAVA KARGO
TAŞIMACILIĞININ KURUMSAL MÜŞTERİ
MEMNUNİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
KONYA ÖRNEĞİ**

MERYEM AKCA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
DR.ÖĞR.ÜYESİ YASEMİN TELLİ ÜÇLER**

KONYA-2023



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Bilimsel Etik Sayfası



Öğrencinin	Adı Soyadı	Meryem AKCA		
	Numarası	18812501024		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Lojistik Yönetimi / Uluslararası Pazarlama ve Lojistik Yönetimi		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	x	
		Doktora		
	Tezin Adı	Pandemi Döneminde Hava Kargo Taşımacılığının Kurumsal Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konya Örneği		

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı

İmzası

Meryem AKCA

ÖZET

2019 yılında Çin’de ortaya çıkan ve 2020 yılında tüm dünyada pandemi ilan edilmesine neden olan Covid-19 salgını, havacılık sektörünü doğrudan etkilemiştir. Taşıma türleri arasında hız faktörü ile ön plana çıkan havayolu taşımacılık sektörü, dünya genelinde yolcu uçuşlarının iptal edilmesi ile zarar görmeye başlamıştır. Ardından kargo uçuşlarının belirli güzergahlar ile çalışmaya geçmesi nedeniyle de uluslararası ticarete önemli rol oynayan hava kargo sektörü salgından olumsuz yönde etkilenmiştir. Salgın sürecinde olumsuz etkileri en aza indirmek amacıyla birçok önlem alınmaya başlamıştır. Tüm sektörler sürece ayak uydurduğu gibi hava kargo hizmeti veren işletmeler de yeni stratejiler geliştirerek süreç içerisinde faaliyetlerini devam ettirmeye çalışmışlardır. Bu süreçte hava kargo hizmeti veren işletmeler, müşterilerinin de süreçten minimum şekilde etkilenerek aldıkları hizmetten memnun olmalarını sağlamak ve bu memnuniyeti sürdürmek için hizmetlerine devam etmektedir.

Bu çalışmada Covid-19 (Koronavirüs) salgını döneminde hava kargo hizmeti alan kurumsal müşterilerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Müşteri memnuniyetini ölçmek için Müşteri Değeri Ölçeği kullanılmıştır. Konya Organize Sanayi Bölgesi’nde faaliyette bulunan orta ve büyük ölçekli üretim ve ihracat firmalarının lojistik yetkililerinden yüz yüze ve online anket yöntemi ile veri toplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Hava Kargo Taşımacılığı, Müşteri Memnuniyeti

ABSTRACT

The Covid-19 epidemic, which emerged in China in 2019 and caused a pandemic to be declared all over the world in 2020, directly affected the aviation industry. The air transportation sector, which stands out with the speed factor among the transportation types, has started to suffer with the cancellation of passenger flights around the world. Afterwards, the air cargo sector, which plays an important role in international trade, was negatively affected by the epidemic as cargo flights started to operate with certain routes. During the epidemic process, many measures have been taken to minimize negative effects. As all sectors kept pace with the process, companies providing air cargo services also tried to continue their activities in the process by developing new strategies. In this process, companies providing air cargo services continue their services to ensure that their customers are satisfied with the service they receive by being minimally affected by the process and to maintain this satisfaction.

In this study, it is aimed to measure the satisfaction levels of corporate customers who receive air cargo service during the Covid-19 (Coronavirus) epidemic. The Customer Value Scale was used to measure customer satisfaction. Data were collected from the logistics authorities of medium and large-scale production and export companies operating in Konya Organized Industrial Zone by face-to-face and online survey method.

Keywords: *Covid-19, Air Cargo Transportation, Customer Satisfaction*

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	viii
ÖNSÖZ.....	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAVAYOLU VE HAVA KARGO TAŞIMACILIĞINDA MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

1.1. Havayolu Taşımacılığı.....	4
1.1.1. Havayolu Taşımacılığının Gelişimi	5
1.1.2. Havayolu Taşımacılığının Önemi ve Özellikleri	8
1.2. Hava Kargo Taşımacılığı	10
1.2.1. Hava Kargo Taşımacılığının Gelişimi.....	11
1.2.2. Hava Kargo Taşımacılığının Önemi ve Özellikleri	13
1.3. Hava Kargo Pazarı.....	21
1.4. Hava Kargo Tedarik Zinciri Operasyonları ve Aktörleri	23
1.5. Hava Kargo Taşımacılığının Ekonomik Gelişime Etkisi	25
1.6. Hava Kargoda Müşteri Kavramı ve Müşteri Beklentileri.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

2. COVID19 (KORONAVİRÜS) PANDEMİ DÖNEMİ VE HAVA KARGO TAŞIMACILIĞI

2.1. Covid-19 (Koronavirüs) Salgını.....	34
2.2. Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının Lojistik Sektörüne Etkisi	38
2.3. Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Döneminde Havayolu Taşımacılığı	44
2.4. Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Döneminde Hava Kargo Taşımacılığı.....	50
2.5. Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Döneminde Aşıların Hava Kargo ile Taşınması.....	54
2.6. Covid-19 Salgınının Ekonomik Etkileri	58
2.6.1. Covid-19 Salgınının Türkiye'deki Ekonomik Etkileri	60
2.6.2. Covid-19 Salgınının Konya Ticaret Sektörüne Etkileri.....	62

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
3. PANDEMİ DÖNEMİNDE HAVA KARGO TAŞIMACILIĞININ
KURUMSAL MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÜZERİNDEKİ
ETKİSİ: KONYA ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı	65
3.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	65
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	65
3.4. Araştırma Hipotezleri	66
3.5. Verilerin Analizi	66
3.6. Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi	67
3.7. Müşteri Değerleri Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyut Puanları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi	69
3.8. Müşteri Değerleri Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyut Puanlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi	70
SONUÇ	75
KAYNAKÇA	78
EKLER	85
EK-1: Anket Formu	85

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Hava Kargo ile Taşınan Yüklerin Sınıflandırılması.....	18
Tablo 2. Türkiye Ekonomisi’nde Dış Ticaret Hacmi Bir Önceki Yıl Ocak Ayına Göre % Değişim	60
Tablo 3. Konya Sektörlerinin İhracat Rakamları 2016-2020 (Bin \$)	63
Tablo 4. Demografik Özelliklere Ait Frekans ve Yüzdelere.....	67
Tablo 5. Müşteri Değeri Ölçeği Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Testi Sonuçları	69
Tablo 6. Değişkenlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	70
Tablo 7. Müşteri Değeri Ölçeği Değişkenlerinin Yaş Düzeylerine Göre Karşılaştırılması	71
Tablo 8. Müşteri Değeri Ölçeği Değişkenlerinin Eğitim Düzeylerine Göre Karşılaştırılması	72
Tablo 9. Müşteri Değeri Ölçeği Değişkenlerinin Sektör Düzeylerine Göre Karşılaştırılması	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Hava Kargo Tedarik Zinciri İşleyişi.....	24
Şekil 2. Dünya Mal İhracat – İthalatı (milyon \$).....	59
Şekil 3. Türkiye İhracatının İthalatı Karşılama Oranı (%)	61
Şekil 4. Konya İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı 2021	63



KISALTMALAR LİSTESİ

CASS	:	Cargo Account Settlement System
CIF	:	Cost, Insurance and Freight
DGR	:	Dangerous Goods Regulations
DHL	:	Dalsey, Hillblom, Lynn
Ed.	:	Editör
FedEx	:	Federal Express
FOB	:	Free on Board
GSYİH	:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IATA	:	International Air Transport Association
ICAO	:	International Civil Aviation Organization
TIACA	:	The International Air Cargo Association
TNT	:	Thomas Nationwide Transport
ULD	:	Unit Load Device
UPS	:	United Parcel Service
Vb.	:	Ve benzeri
WHO	:	World Health Organization

ÖNSÖZ

2020 yılında Çin’ de başlayan ve kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi, insan hayatını doğrudan tehdit etmesinden dolayı ülkelerin her alanda büyük ölçüde önlemler almasını gerektirmiştir. Virüsün hızla yayılma göstererek ülkelerdeki vaka ve ölüm sayılarını arttırmasıyla insanların günlük hayatlarından çalışma hayatlarına, iş işleyiş biçimlerinden eğitim süreçlerine ve tüketim alışkanlıklarına kadar birçok yönden olumsuz etkiler ile değişime sürüklendiği bir döneme başlanmıştır. Sosyal izolasyon, kapanan sınırlar ve ülke yönetimleri tarafından getirilen birçok kısıtlama havacılık endüstrisini de oldukça zor bir süreçle mücadele etmek mecburiyetinde bırakmıştır. Yolcu taşımacılığına getirilen kısıtlama nedeniyle havayolları hava kargo endüstrisi üzerine yoğunlaşmıştır. Başta hız faktörü nedeniyle aşilar ve tıbbi malzemelerin taşınmasına olanak sağlamıştır. Daha sonra pandemi sürecinde oldukça değişen tüketim anlayışı ile gelişen e-ticaret; hız ve güvenilirlik unsurları ile ön plana çıkan hava kargoya olan talebi arttırmıştır. Bu sayede pandemi döneminde hava kargo kavramı hem havacılık sektörünün zararlarını azaltmasında hem de üretim ve tedarik zincirindeki aksamaların giderilmesinde önemli rol oynamıştır. Bu zorlu süreçte kurumsal müşterilerine hava kargo hizmeti sunan kargo firmalarının yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen müşterilerini memnun etmeleri için yeni stratejiler geliştirerek süreci sorunsuz yönetmeleri önem arz etmektedir.

Pandemi döneminde hava kargo taşımacılığının kurumsal müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ortaya koymak adına yaptığım tez çalışmasının her aşamasında bilgi ve deneyimleri ile bana yol gösteren, ilgi ve desteği ile hep yanımda olan sayın danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TELLİ ÜÇLER’ e yardımlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim.

Meryem Akca

GİRİŞ

Havayolu taşımacılığı lojistik sektöründe gün geçtikçe önem kazanan taşımacılık türlerinden biridir. Zaman içinde teknolojinin de gelişmesi ile tüm ürünlerin havayolu aracılığıyla taşınmasına yönelim artmıştır. Bunun sonucunda havayolu taşımacılığının alt grubu olarak görülen kargo taşımacılığı her yıl artarak devamlılık göstermeye başlamış ve bir sektör haline gelmiştir. Hava kargo taşımacılığı özellikle bozulabilir kargolar, ilaçlar, değerli ve acil kargoların taşınması kapsamında önemli rol oynamaktadır. Hava taşımacılığının diğer taşıma modlarına göre; hız başta olmak üzere verimlilik, esneklik, güvenlik ve izlenebilirlik gibi birçok avantajı bulunmaktadır. Bunun yanında uluslararası ticarete konu ürünlerin taşınması noktasında ön plana çıkmakta ve tedarik zinciri sürecinin eksiksiz yürütülmesinde hava kargo taşımacılığı büyük rol oynamaktadır.

2019 yılında Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 (koronavirüs) salgını, havacılık sektörünün iş akışında büyük bir düşüş yaşamasına sebep olmuştur. Dünya çapında yayılmaya başlayan salgın, ülkelerin sınırları kapatması, sosyal izolasyonlar, uçuşların durdurulması gibi önemli tedbirler alınmasına neden olmuştur. Uçuşların durdurulmasıyla havayolu işletmeleri zarara uğramaya başlamış ve bu zararı kısmi olarak belirli ülkelere devam eden hava kargo taşımacılığı ile kapatmaya çalışmışlardır. Ancak hava kargo sektörü de dünya genelinde alınan tedbirler, kısıtlamalar sebebiyle kargo kapasitesi noktasında yavaşlama göstermiştir. Tedarik zincirinde salgın nedeniyle meydana gelen aksamalar kargo kapasitesinde düşüşe yol açmıştır. Hava kargo sektörü salgın ile mücadele edilen süreçte sağlık sektörüne yönelik malzemelerin taşınması ile ön plana çıkarak kendini göstermiştir. Salgının ilerlemesiyle ihtiyaç duyulan aşı, ilaç, maske gibi medikal ve tıbbi ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. Hava kargo taşımacılığının en önemli özelliği olan hız faktörü yeniden ön plana çıkmış ve bu noktada devreye girmiştir. Zaman içerisinde insanların pandemi ile mücadele etmeyi öğrenerek normalleşme sürecine girmesiyle hava kargo sektöründe de bir toparlanma yaşanmaya başlamıştır.

Covid-19 salgın sürecinde uygulanan kısıtlamalardan dolayı tüketici davranışlarının değişmesi ve dijitalleşmenin artmasıyla sürece uygun yeni iş

modellerine yönelim başlamıştır. Salgın ile yeni bir deneyim yaşarken aynı zamanda krizlerden meydana gelen sorunlara esnek çözümler getirerek hizmet vermeye devam etmek mecburi bir durum haline gelmiştir. Bu değişime uyum sağlayan hava kargo işletmeleri geliştirdikleri stratejiler ile sektörde devamlılık göstermektedir.

Müşteri memnuniyeti, müşterilerin herhangi bir işletmeden aldığı ürün yada hizmetin beklentilerine yanıt verme durumunu ifade etmektedir. Kargo taşımacılığı hizmet sektörünün bir parçası olmaktadır. Bu bağlamda; işletmelerin müşterileriyle uzun vadeli ilişkiler kurabilmek adına müşteri memnuniyetini sağlamaları gerekmektedir. Dijitalleşme ve e-ticaretin artış gösterdiği pandemi döneminde hızlı ve güvenilir hizmeti ile ön plana çıkan hava kargo işletmelerinin bu yeni süreçte müşterileri ile uzun vadeli ilişkiler kurarak memnuniyeti sağlaması da önem ifade etmektedir.

Bu çalışmada pandemi döneminde hava kargo hizmeti alan kurumsal müşterilerin aldıkları kargo hizmetlerine yönelik memnuniyet düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini Konya ili sınırları içindeki uluslararası hava kargo taşımacılığı hizmetini alan orta ve büyük ölçekteki firmalar oluşturmaktadır. Söz konusu firma yetkililerinden anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Pandemi dönemine bakıldığında bu dönemde havacılık sektörü ve hava kargo sektörü üzerine çalışmalar yapılmış ancak Türkiye’de salgının etkileri ışığında hava kargo taşımacılığında müşteri memnuniyetini kurumsal müşteriler açısından inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda çalışmanın hem literatüre, hem de kargo şirketlerine memnuniyet düzeyleri hakkında bilgi vermesi bakımından katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde; havayolu taşımacılığı ve hava kargo taşımacılığı genel hatlarıyla ifade verilmiştir. Aynı zamanda hava kargo pazarı ve hava kargo tedarik zinciri de açıklanarak müşteri ve müşteri memnuniyeti kavramlarına yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, Covid-19 (Koronavirüs) kavramı açıklanarak, lojistik sektörüne ve hava kargo taşımacılığına olan etkilerine değinilmiş, sektörel açıdan ekonomik etkilerinin nasıl olduğundan bahsedilmiştir. Çalışmanın son bölümünde Konya ili sınırları içindeki uluslararası hava kargo

taşımacılığı hizmetini alan orta ve büyük ölçekteki üretim ve dış ticaret firmalarının pandemi dönemindeki kurumsal müşteri memnuniyetine yönelik yapılan analize yer verilerek; elde edilen sonuçlar açıklanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAVAYOLU VE HAVA KARGO TAŞIMACILIĞINDA MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Dünyadaki ulaşım ve taşımacılık işlemleri bakımından önem arz eden sektörlerden biri de havayolu taşımacılığıdır. Havayolu işletmeleri ilk olarak faaliyetlerine posta taşımacılığı ile başlamıştır. Ardından yolcu taşımacılığına geçilerek bu alanda hızla gelişim göstermiştir ve zaman içerisinde önemli seviyede kargo taşımacılığı sektörüne de dahil olmuşlardır. Tüm ithalat-ihracata konu ürünlerin taşınmasına ve yolcu ulaşımına imkân sağlayan havayolu taşımacılığı en maliyetli ve en hızlı taşımacılık türü olarak taşıma sistemleri içerisindeki yerini almıştır. Bu bölümde havayolu taşımacılığı, havayolu taşımacılığının gelişimi, önemi ve özellikleri, hava kargo taşımacılığı, hava kargo taşımacılığının gelişimi, önemi ve özellikleri, hava kargo taşımacılığındaki avantaj ve dezavantajlar açıklanarak müşterilerin hava kargo taşımacılığını tercih etmesindeki nedenlere değinilmiştir. Bununla birlikte hava kargoların sınıflandırılması yapılmış ve hava kargoda tedarik zinciri operasyonları ile aktörleri açıklanmıştır. Hava kargo taşımacılığının ekonomik gelişime olan etkisi incelenerek hava kargoda müşteri kavramı da ele alınmış ve müşteri beklentileri değerlendirilmiştir. Hava kargo taşımacılığı hizmeti veren işletmelerin müşterileriyle uzun vadeli ilişkiler kurabilmek adına müşteri memnuniyeti sağlamaları önemlidir.

1.1. Havayolu Taşımacılığı

Havayolu taşımacılığı, ticari bir amaca bağlı olarak, tarifeli veya tarifesiz şekilde yolcu, yük ve posta taşınması faaliyetine denmektedir. Başka bir deyişle ‘yüklerin, yolcuların ve postaların yer ve zaman bakımından fayda sağlayarak, belirli bir hava aracı ile bir yerden bir yere taşınması’ olarak ifade edilmektedir. Genel havacılıktan farklı olarak havayolu taşımacılığı; kâr amacı ile yapılmaktadır (Tuna, 2019: 4). Havayolu taşımacılığı lojistik sektöründe gün geçtikçe önem kazanan taşımacılık türlerinden biri olmaktadır. Son yıllara bakıldığında dünya ticaretinde denizyolu taşımacılığı büyük bir paya sahiptir ancak havayolu taşımacılığı; hızlı ulaşması gereken değerli yüklerin taşınmasına imkân sağlayarak önemli bir noktaya

değınmektedir (Long, 2016:169). Günüümüzde havayolu taşımacılık sektörü diğer taşıma türlerine göre daha çok ilgi görmektedir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ülkeler arasında büyük ekonomik ve politik farklılıklar oluşmuş ve bu ülkeler arasındaki ilişkiler havayolu sektörünü de etkilemiştir. Ülkeler havayolu sektörünü kendi kurallarına bağlı tutmak istemişlerdir. Bu bağlamda; uluslararası havayolu taşımacılığı ülkelerin kendi kuralları etrafında şekillenmiştir (MEB, 2011: 3).

Taşıma modları arasında en yüksek maliyete sahip olan havayolu taşımacılığıdır. Ürünlerin yükleme ve boşaltma işlemi sık aralıklar ile yapılabilir. Güvenilir ve esnek bir taşıma modu olmasının yanında diğer taşıma modlarına göre taşıma süresi bakımından en kısa olan taşıma modu olması en önemli avantajı olarak değerlendirilebilir. Taşıma ve elleçleme sırasında yüksek güvenliikli işlem yapılması, gümrük işlemlerinin kolaylaştırılmış olması, hacmi küçük kargoların taşınması ve yüksek hassasiyetli kargoların da zarar görmeden taşınmasına imkân sağlaması gibi avantajları vardır. En fazla öne çıkan dezavantaj; taşıma maliyetinin yüksekliğı olarak gösterilebilir. Yüksek hacimli kargoların taşınabilmesi için önceden rezervasyon alınması gerekliliğı ve hava koşullarının da taşıma işlemini yüksek oranda etkileme durumu diğer dezavantajlar arasında bulunmaktadır (Akoğlu, 2020: 33).

1.1.1. Havayolu Taşımacılığının Gelişimi

Havayolu taşımacılığı, diğer türlere göre hızla gelişim gösteren daha yeni bir taşımacılık türüdür. Havayolu taşımacılığında ilk olarak posta ve yük taşımacılığı hizmeti başlamıştır. Askeri malzemelerin taşınmasına imkân sağlaması önemini arttırmıştır. Zaman içerisinde oldukça gelişim kat eden bu taşımacılık türü ticaretin küresel anlamda daha geniş alanlara yayılmasına fayda sağlamıştır. Üretici ile tüketici arasındaki sürecin hızlanması gerekliliğı ortaya çıktığından dolayı hammadde dahil tüm ürünlerin en minimum sürede alıcılarına ulaştırılmasını gerçekleştirmek havayolu taşımacılığını önemli noktalara taşımıştır (<http://havakargoturkiye.com/>, 2023).

Globalleşen dünyada her gün önemi giderek artan havayolu taşımacılık sektörünün temeli Wright kardeşlerin 17 Aralık 1903'te motorlu uçak ile ilk kontrol

edilebilir insanlı uçuşu yapmasıyla atılmıştır. 12 saniye süren bu uçuş denemesi insanlara uçabileceklerine dair örnek olması sebebiyle önemlidir. Bu denemenin ardından havayolu taşımacılığında yeni denemeler artarak devam etmiş ve zaman içinde hızla yeni ilerlemeler kaydedilerek sektör gelişim göstermiştir. İkinci Dünya Savaşına kadar süren bu gelişim 1945 yılında duraklasa da savaş sonrasında devam etmiştir. Savaş yıllarında lojistiğe olan ihtiyaçlarda hız faktörü ile ön plana çıkan havayolu taşımacılığının gelişimine yönelik yatırımlar yapılmış ve savaşın ardından bu yatırımlar daha da artış göstermiştir. 1950'lerin başında yolcu taşımacılığı başlamış; uzak mesafelere seyahat etme olanağı sağlanmıştır. Bunun sonucunda dünyada hava taşımacılığı serbestleşmiş beraberinde ise ticarileşme ve küreselleşme ortaya çıkmıştır. Bu durum havayolu taşımacılığına olan talebi de hızlı bir şekilde arttırmıştır (<https://www.esalco.com/>, 2023).

Havayolu Taşımacılığının tarihsel gelişimi beş ana başlıkta incelenebilmektedir. Bunlar; oluşum, büyüme, olgunluk, serbestleşme ve deregülasyon dönemidir. Her dönem yaklaşık olarak 20 yıl sürmektedir. Bu dönemler şu şekildedir;

Oluşum dönemi: 1918-1938 yılları arasındaki dönemdir. Hava posta taşımacılığı yoğunlukla yapılmıştır. Bu dönemde İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması (1938) sebebiyle ülkelerin yaşamış oldukları siyasi krizlerden dolayı hava taşımacılığı yerini askeri havacılığa bırakmıştır.

Büyüme Dönemi: 1938-1958 yılları arasındaki dönemdir. İkinci Dünya Savaşı esnasında geliştirilen uçaklardan dolayı hava taşımacılığı büyüme kaydetmiştir. Yolcu taşımacılığının öneminin arttığı bir dönemdir (Işık ve Küçük Yılmaz, 2016: 54).

Olgunluk Dönemi: 1958-1978 yılları arasındaki dönemdir. Jet motorlu uçakların kullanılmaya başlandığı zamandır. Bu nedenle kıtalar arası uçuşlar tarifeli hale gelmiştir. Uçakların üretimi arttığından dolayı sektördeki talep de artış göstermiş ve sektör büyüme konusunda hız kazanmıştır.

Serbestleşme/Deregülasyon Dönemi: 1979-1999 yılları arasındaki dönemdir. Bu dönemde Amerika serbestleşme hareketi başlatmıştır. Bu hareket ile piyasalardaki rekabetin serbestleşmesi sağlanmıştır. Artan rekabet ortamı ile hava taşımacılığı sistemindeki rakip sayısı da artış göstermiştir. Bu dönemde birkaç yıl içerisinde mevcut uçak sayısı 2 kat artış göstermiştir (Işık ve Küçük Yılmaz, 2016: 55).

Devlet kontrollerinin havayolu taşımacılık sektörü üzerinden kalkması ve özel sektör girişimcilerinin de yolunun açılması ile bu döneme kadar ki en önemli büyüme gerçekleşmiştir. Rekabette önemli artışların meydana geldiği ve teknolojik gelişmeler ile sektörün daha da büyüdüğü bir dönemdir. Serbestleşme sonrası (2000-2020) yeni bir dönem olarak değerlendirecek olunursa; bu 20 yıllık süreçte havayolu taşımacılığının hizmet ve üretim sektörünün temelinde yerini aldığı görülmektedir. 2000 yılı itibariyle teknolojik gelişmeler hızla artış göstermiş ve sektör içerisinde teknoloji birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Yüksek oranda rekabet şiddeti de kendini göstermiştir. Bu dönem içerisinde yaşanan 2008 ekonomik krizi sektörü olumsuz yönde etkileyerek geçici olarak duraksatmıştır ve yine bu dönem içerisinde 11 Mart 2020 yılında Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilen Covid-19 salgın sürecinin başlangıç evresi yaşanmıştır. Bu da havayolu taşımacılık sektörünün daha önce görülmemiş şekilde olumsuz etkilenmesine neden olmuştur. Pandemi nedeniyle insanların yaşamında birçok değişim söz konusu olmuştur bu değişimler havayolu taşımacılık sektörünü ilk etapta oldukça önemli finansal zorluklar ile karşı karşıya bırakmıştır (Şen ve Erdağ, 2021: 443).

Havayolu taşımacılığının gelişiminde önemli rol oynayan faktörler bulunmaktadır. Son zamanlarda dünyada teknolojilerin gelişimi ile uçak sanayisinde de gelişimin olması, dünyada uçuşların gerçekleştirilebildiği tüm ülkelerin kabullendiği aynı zamanda uymak mecburiyetinde oldukları uluslararası anlaşmaların yapılması ve yine yeni teknolojilerden faydalanarak havaalanı yapım teknikleri bakımından gelişme gösterilmesi şeklinde sıralanabilmektedir (Tosun, 2017: 10). Havayolu taşımacılığı, diğer taşıma türlerine göre yeni bir taşıma türüdür ancak yıldan yıla havayolu taşımacılığına olan talep artmış ve tercihin yoğunlaşması ile önemli bir taşımacılık türü olarak yerini almıştır. Yolcunun yanı sıra havayolunda

kargo taşımacılığı daha çok ağırlıkta hafif ancak değeri yüksek yüklerin taşınması ile yaygınlaşmıştır. Global ticarete rekabet artmış ve bu rekabet ortamı iş süreçlerinde işleyişin hızlanması amacıyla havayolu taşımacılığının önemini de arttırmıştır dolayısıyla havayolu ile kargo taşımacılığının kullanımı da artmış ve kapsamı genişlemiştir. Bunun sonucunda havayolunda kargo taşımacılığı dünya ekonomisinde de yerini almış ve küresel ekonomi ile iç içe geçmiş hareketli bir sistem haline gelmiştir (MEB, 2011: 22). Havayolu taşımacılığı, küresel boyutta bir sistem olmasından dolayı yoğun bir rekabet içerisindedir. Bu rekabet ortamı onu ekonomik açıdan öneminin yüksek olduğu bir taşıma türü yapmaktadır. Günden güne daha fazla gelişim gösteren teknolojiyi de yakinen takibe alması gereken bir sektördür. Bu gelişmelerin yanında diğer taşıma türleri ile kıyaslandığında yeni bir hizmet sektörü olarak değerlendirmek mümkündür. Tüm taşıma türlerinden hızlı olan havayolu taşımacılığı bazen uzun mesafelerde diğer türlerden daha ekonomik de olabilmektedir. Yolcu ve kargoların hava araçları ile bir yerden başka bir yere taşınmasını sağlayan sektör uluslararası bir sistem haline gelmiştir. Bu sisteme olan talepler günden güne artmakta olup aynı oranda gelişimler ve çalışmalar da devam etmektedir. Bu taşımacılık türünün yaygınlaşması için yüksek teknoloji sistemler, yeni inşa edilen havalimanları ve nitelikli insan gücü ile gelişimi devam etmektedir (Köse, 2017: 50).

1.1.2. Havayolu Taşımacılığının Önemi ve Özellikleri

Havayolu taşımacılığı ile gerçekleştirilen hizmet sunumu, yolcu ve kargoların uçaklar aracılığıyla taşınıp yer değiştirmesidir. Bu anlamda havayolu taşımacılık sektörü, kargo ve yolcu taşımacılığını bünyesinde bulunduran hem küresel hem ticari hem de ekonomi açısından önemli bir sektördür. Kişilerin ve tüm sektör girdilerinin hızlı bir şekilde ulaştırılması ile ekonomiye yön vermesinin yanı sıra bu ulaştırma süreci içerisinde etkileşiminin olduğu tüm alanlar içinde olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır (Gümüş Akar, 2019: 162). Aynı zamanda havayolu taşımacılığının dolaylı olarak günlük yaşamda da sosyal ve ekonomik yönden faydaları vardır. Turizm alanında ve global ticarete ihtiyaç duyulan en gerekli ulaşım şekli karşılamaktadır. Havayolu taşımacılığı ülkeler açısından önemli bir refah kaynağıdır ve oldukça yüksek oranda istihdam sağlamaktadır. Yolcu taşımacılığında olduğu gibi

dünyadaki ticaretin akışında ve kolaylaşmasında mesafelerin kısılmasıyla önemli bir role sahiptir. Havayolu taşımacılığı, ticarete iyi bir kaynak olmasının yanı sıra aslında kendisi de başlı başına kazanç kaynağı olan büyük bir sektördür (Balcı Tali, 2021: 3).

Havayolu taşımacılığı sektörü, diğer taşıma türleri karşısında birçok yönden farklılık göstermektedir. Havayolu taşımacılığı faaliyetinde bulunan işletmeler, müşterilerine ödemeye razı olacakları bir fiyattan hizmet sunabilmeyi ve maliyetlerini minimuma indirerek karlı bir şekilde hizmetlerine devam etmeyi hedeflemektedir. Havayolu taşımacılığının özellikleri genel hatları ile şu şekilde sıralanabilmektedir (Kaysari, 2011: 25);

- Havayolu taşımacılık sektörü emek ve sermayenin yoğunlukla kullanıldığı hizmet sektörüdür.
- Havayolu işletmeleri tarafından hizmetin üretimi ve müşteriye ulaşması eş zamanlıdır ve kalite değerlendirmesi de çoğu zaman tüketim sırasında yapılmaktadır.
- Havayolu işletmelerinin tedarikçileri de az sayıdadır.
- Havayolu işletmeleri tarafından teknolojik açıdan ileri düzeyde olan hava araç ve sistemleri kullanılır. Operasyon, pazarlama ve satış faaliyetleri de bilgi sistemleri aracılığıyla yapılmaktadır. Tüm bunlara bağlı olarak da güvenlik, hız ve rekabet bakımından teknolojinin rolünün önemli olduğu ortaya koyulabilir. Sonuç itibariyle havayolu işletmeleri açısından teknolojik gelişmeler çok etkilendikleri bir unsurdur.
- Havayolu taşımacılığında sektöründe uzman çalışanların bulunması hem işletmeler açısından hem de müşteriler açısından oldukça önemlidir. Çalışanların alması gereken eğitimler ve aldıkları ücretler işletmelere maliyet oluşturur. Ancak müşterilere sunulan hizmet karşılığındaki memnuniyetin işletmeye sağlayacağı katkılar oluşan maliyetleri katlanılabilir hale getirmektedir.

- Havayolu taşımacılığında işletmenin tüketici açısından yarattığı imaj ve sunulan hizmet müşterilerin işletmeye karşı bağlılık kazanmasını da sağlamaktadır.
- Havayolu taşımacılığı ulusal ve uluslararası olmak üzere hukuki açıdan düzenlemelere ve kurallara tabiidir.

1.2. Hava Kargo Taşımacılığı

Hava kargo; bir malın bir hava aracı ile bir yerden başka yere taşınması şeklinde tanımlanmaktadır. Kargo bölümünde taşınan tüm yükler (yolcu bagajı hariç) hava kargo içerisine dahildir. Başka bir deyişle hava kargo, havayolu taşımacılık sisteminin bir alt grubudur. Teslim alınan ürünü varacağı yere diğer taşıma modlarından en hızlı ve en güvenli şekilde teslim eden taşıma sistemine denmektedir. Diğer taşıma modları ile rekabetinde hız ve güvenlik faktörleri ile avantaj kazanarak ön plana çıkmaktadır. Maksimum maliyet, minimum zaman hava kargo taşıma türünü kısaca açıklamaktadır. En yeni ulaştırma türü olmasının yanında son yıllarda kullanımı en çok artan ulaştırma türüdür (<http://www.havakargoturkiye.com/>, 2023).

Hava kargo taşımacılığı; ICAO (International Civil Aviation Organization) – Uluslararası Sivil Havacılık Organizasyonu ve IATA (International Air Transport Association) – Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği kuralları doğrultusunda önce ülke ve taşıyıcı kısıtlamaları değerlendirilerek malların paketlenme, etiketlenme, evraklarının hazırlığı sonucunda bir hava aracı ile sevk edilmesi şeklinde tanımlanabilmektedir (Balık, 2015: 8). Hava kargo taşımacılığı diğer taşıma türleri ile kıyaslandığında çok daha hızlı bir kargo akışının sağlanmasından dolayı ön plana çıkmaktadır. Taşıma esnasında etkin bir iletişim ile süreç günden güne takip edilebilir hale gelmektedir. Bozulabilir kargolar açısından da hava kargo taşımacılığının önemi bu iletişim ve takip süreci ile ön plana çıkmaktadır (Batur, 2008:132). Hava kargo ile taşınması yapılan ürünler, diğer taşıma türleri ile karşılaştırıldığında diğerlerinden farklıdır. Hava Taşımacılığı Derneği tarafından elde edilen verilere istinaden havayolu ile sevk edilen belli başlı ürünler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır (Polat Sesliokuyucu ve Sarılgan, 2019: 31):

- Makine ve aksamaları
- Otomotiv yedek parça ve aksesuarları
- Elektronik parçalar
- Tekstil ürünleri
- Metal ürünler
- Yazılı basın
- Sebze-Meyveler
- Canlı Hayvanlar
- Madeni eşyalar ve ev aletleri
- Spor malzemeleri
- Fotoğrafçılık malzemeleri ve filmler
- Kesme çiçek ve fidanlar
- Tıbbi ekipman ve malzemeler
- Plastik malzemeler
- Tıbbi optik aletler ve ölçüm araçları
- Radyo, televizyon ve kayıt cihazı
- Hazır basın ürünleri
- Hazır gıdalar
- Kimyasal ürünler
- Balık
- Elektronik veri işleme ve depolama makineleri
- Ayakkabı

1.2.1. Hava Kargo Taşımacılığının Gelişimi

Havayolu kargo taşımacılığı tarihsel gelişim açısından bakıldığında diğer türlere göre daha yeni bir taşımacılık türüdür. Son yıllarda kullanımı gitgide artış gösteren bir taşımacılık türü noktasına gelmiştir. Genellikle ağırlığı düşük, değeri yüksek kargoların taşındığı hava kargo dünya ticaretinde ürün çeşitliliğinin artmasıyla ve rekabetin yoğunlaşmasıyla iş süreçlerinde hızlanmaya duyulan ihtiyaç

nedeniyle günden güne daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Hava kargo taşımacılığı küresel ekonomi ile yakın ilişkisi bulunan dinamik bir sektör haline gelmiştir. Dünyadaki serbest ticaret anlaşmaları ve ekonomik bütünleşmelerin bir sonucu haline gelen hava kargo taşımacılığı henüz havayolu şirketlerinin en önemli gelir kaynağı olma amacına ulaşmış değildir. Hava kargo taşımacılığı ile elde edilen gelirler yolcu taşımacılığından elde edilen gelir kadar yüksek değildir. Bunun nedenleri arasında havayolu kargo taşımacılığının diğer taşıma türlerinden daha maliyetli olması, yalnızca kargo taşıma amacıyla dizayn edilen uçak sayısının az olması ve yöneticilerin karlı bir yatırım olarak görme düşüncesinin yaygınlaşmaması gösterilebilmektedir (MEB, 2011: 22).

Tarihsel süreç değerlendirildiğinde; yolcu taşımacılığının yanı sıra kargo taşımacılığı daha sonralarda gelişme göstermiş ve önemi daha geç anlaşılmıştır. Uçakların gelişmesi ile beraberinde havalimanları da yenilenmeye başlamıştır. Uçak iniş-kalkış pistleri, uçakların emniyetli seyri için hava trafik kontrol kuleleri, yolcu ve kargo giriş çıkışı için büyük terminaller ve depolar havalimanları açısından zorunluluk noktasına gelmiş ve bu noktada devam etmektedir. Başlarda küçük hacme sahip yüklerin ve postaların taşınmasıyla başlayan hava kargo taşımacılığı günümüzde genel ve özel kargolar olarak içerisinde çeşitli türden ürünler barındıran bir taşıma yelpazesi oluşturmuştur (Akoğlu ve Fidan, 2020: 47). Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği IATA'nın yıllık genel kurul toplantısı sonucunda havacılık sektöründeki güncel gelişmeler şu şekildedir; Hava kargo uzun süredir büyüme aşamasında olsa da yolcu uçaklarının gövdesinin kargo taşıma amacıyla kullanılamaması önemli oranda bir kapasite sıkıntısı yaşanmasına sebep olmaktaydı. Hava kargo Covid-19 krizi sürecinde aşilar, tedarik zincirleri ve havayolu gelirleri için hayati önem içeren katkılar sağlamıştır. 2022 yılı itibariyle Covid kısıtlamalarının azalması ve seyahat yasaklarının kalkması sonucunda park halinde olan uçaklar yeniden yolcu taleplerini karşılamaya başladı. Sivil havacılığın yanı sıra hava kargo içinde bu durum iyi bir haberd. Yolcu uçaklarının kargo içinde kullanılması ile hava kargo gelirleri artarak kapasite sıkıntısına da bir çözüm olmuştur. IATA başkanı Willie Walsh'ın değerlendirmesinde; 2023 yılı için

sektörde genel olarak daha yüksek oranda bir karlılık beklediklerini belirtmiştir (<https://www.kargohaber.com/>, 2023).

Hava kargo taşımacılığında temel gelişim nedenlerini (TIACA) Uluslararası Hava Kargo Birliği şu şekilde sıralamıştır (Long, 2016: 169):

- Dünyada ticaret alanındaki gelişmeler
- Havayolu taşımacılığındaki serbestleşme süreci
- Tam zamanlı üretim, stok ve yeni stok modelleri
- Mal ve hizmetlerin uluslararası satışı ve üretimi
- Havayolu taşımacılığına uyumlu yeni ürünler
- Değeri yüksek olan ve tüketim ömrü kısa olan ürünlerin hızlı gelişimidir.

1.2.2. Hava Kargo Taşımacılığının Önemi ve Özellikleri

Hava kargo birçok perakendeci ve üreticinin küresel tedarik zincirini toparlayıcı bir parçası halindedir. Hava kargo faaliyetleri, dünyanın birçok bölgesinden sıklıkla ve hızlı geçişler sağlamaktadır. Dünyada son yıllarda hızlı değişimler meydana gelmekte ve pazarlar gitgide bütünleşmektedir. Ekonomiler arasında oluşan sınırlamalar kalkmakta ve mesafeler azalmaktadır. Sınırların yok olması, ulaştırmanın oldukça önemli bir noktaya geldiği son yıllarda hava kargo hizmetlerindeki önem de buna paralel olarak artış göstermektedir. Küresel ticarete ürün yelpazesinin çoğalmasıyla birlikte rekabette şiddetli bir noktaya gelmekte ve iş süreçlerinin hızlandırılması noktasında hava taşımacılığının avantajları hava kargonun da daha tercih edilebilir noktaya gelmesini sağlayacaktır (<http://www.havakargoturkiye.com/>, 2023).

Hava kargo taşımacılığı ekonomik kalkınma açısından önem arz etmektedir. Çünkü dünya ekonomisinin önemli bir kısmı malların ticareti ile oluşmaktadır. Ticaretin en başından bu yana malların üreticilerden pazara, pazardan tüketicilere ulaştırılması ticaret işlemlerinin en önemli parçasıdır. 20. yüzyıl itibariyle malların havayolu aracılığıyla taşınması dünya ticaretinde önemli bir noktadadır. Zamanla taşıyıcılar kargo pazarına doğru yönelmiş ve dünyada kargo hacmi gitgide artmıştır. Havacılık sektörü her yıl artış gösterdiği kargo taşımacılığı ile yatırımların hızla

artmasını ve üretimin de gelişmesini sağlamıştır. Küresel ekonomiye önemli oranda etkisi olmuştur (Yakut, 2012: 4).

Uzun bir zaman boyunca hava kargo taşımacılığı, yolcu taşımacılığının bir alt hizmet dalı olarak görülmüş ve havalimanları ile havayolu işletmeleri kargo alanıyla çok fazla ilgilenmemişlerdir. Ancak son on yıl içerisinde bu durum oldukça değişim göstermiş, birçok havayolu şirketi ve havalimanı kendi kargo stratejilerini geliştirerek ek gelir kaynağı edinmişlerdir. Yolcu alanında verimin azalması ve yeni uçak türlerinin ortaya çıkmasıyla taşıma kapasitesinde artış olması havayollarının hava kargo için portföylerini genişletme bakımından gerekli bir yol haline gelmesine sebep olmuştur. Günümüzde hava kargo ticari ve ekonomik faaliyetler bakımından önemli bir role sahiptir. Aynı zamanda hızlı ve güvenli taşıma sağlaması ile ekonomik sistemler arasında bağlantı görevi görmektedir. Etkinleştirme özelliği ile ekonomik faaliyetlerin çoğalmasında etkili olmakta, süreç ve verimlilik kalitesini iyileştirerek potansiyel yaratmaktadır. İnsanların ve ürünlerin taşınmasında en hızlı ve güvenli yolu hizmet olarak sunması ile talebin yapısı da güçlenmektedir. Dolayısıyla var olan bu talep, hava taşımacılığı içerisinde arzı da etkileyerek etkin ve kolaylaştırıcı bir faktör yaratmaktadır. Hava taşımacılığının uluslararası bağlantıları, hızlı olması ile ekonomiye yön vermesi, üretimde esneklik sağlaması gibi önemli özellikleri ortaya koyulduğunda küresel ekonomi açısından hayati bir role sahip olduğu da görülmektedir. Başka bir açıdan ise pandeminin etkilerinden dolayı getirilen kısıtlamalar hava kargo taşımacılığının önemini bir kez daha ortaya koyacak nitelikte olmuştur (Danış, 2022: 12).

Hava kargo taşımacılık sektörü yeniliklerden çabuk etkilenmektedir. Buna bağlı olarak kendisine özgü birtakım özellikleri vardır. Bunlar (Yakut, 2012: 5);

- Hız ve güven
- Taşıma yönü
- Taşınan yükün türü ve hacmi
- Yakıt ve iş gücü yüksek maliyetleri
- Rekabet yapısı
- İleri teknoloji şeklinde sıralanabilir.

Hava kargo taşımacılığında taşınan ürünlerin temel özelliklerine bakıldığında ürün;

- Kolay bozulabilir ve dayanıksız ise,
- Eski moda ise,
- Acil gerekli ise,
- Değeri yüksek ise,
- Stokta kalma maliyeti yüksek ise,

Bununla birlikte talep;

- Öngörüleliyorsa,
- Seyrekse,
- Yerel üreticiden elde edilemeyecek seviyede çoksa,
- Mevsimlikse,

Dağıtım kanalları;

- Kırılma, çalınma ve bozulma riski barındırıyorsa,
- Uzun taşıma süresine dayalı yüksek sigorta maliyetleri gerekliyse,
- Diğer taşıma türlerine kıyasla pahalı ve ağır ambalajlama gerekliyse,
- Özel dikkat ve elleçleme gerektiriyorsa,
- Stoklama ve depolama alanları yetersiz seviyede kalıyorsa, hava kargo taşımacılığı gerekmektedir (Polat Sesliokuyucu ve Sarılğan, 2019:34).

Uzun mesafe taşımasında rakibi olmayan hava kargo taşımacılığı, kısa mesafelerde demiryolu, karayolu ve denizyolu taşıma sistemleri ile rekabet içerisinde. Ancak bu sistemler ile entegre olduğunda çok daha etkili bir ulaştırma hizmeti de sağlayabilmektedir. Hava kargo taşımacılığında özel uzmanlık gerektiren bazı alanlar mevcuttur. Örneğin bozulabilir kargolar, sıvı içerikli kargolar, tehlikeli maddeler, askeri malzemeler gibi özel kural ve işlemlere tabii olan alanlar mevcuttur. En hızlı hizmeti sunan hava kargo taşımacılığı aynı zamanda en çok güvenlik önleminin alındığı, en çok korunan taşıma modudur. Hava taşımacılığı sektörü içerisinde en çok büyüme potansiyeli gösteren pazar, hava kargo pazarıdır. Hava

kargo pazarı hem sermaye yoğun hem de emek yoğun bir pazardır. Kendi sektöründe nitelikli insan gücüne oldukça ihtiyaç duymakla birlikte teknik açıdan avantaj sağlayabilmesi için finansal imkanlarının yeterli düzeyde olması gerekmektedir (Gün, 2007: 152).

Hava kargo taşımacılığı avantajları bakımından değerlendirildiğinde; eskime payı çabuk olan ve bozulabilirliği yüksek olan veya en kısa sürede gerekli olan ürünler için hava taşımacılığının ‘hız’ özelliği ön plana çıkmaktadır. Zaman kavramı giyim, moda, kayıt ve yenilik öğeleri bakımından ürünler açısından çok önemlidir. Hava kargo taşımacılığı, talebin bir nedenden dolayı dalgalanması durumu ya da pazarın mevsimsel olması durumunda ek maliyet olmadan pazara hızlı olarak yanıt verme özelliğine sahip bir taşımacılık türüdür. Hava kargo stoklamalardan dolayı ortaya çıkan maliyetleri de ortadan kaldırmaktadır. Müşteriler; ürün hattında geniş ürün çeşitliliği bulunan tüm ürünleri rahatça seçebilir ve ürünün merkezi bir depodan çok kısa zamanda temin edilebileceğini bilmektedirler. Hava kargo işlemleri, ülkelerin arasında kurduğu doğrudan iletişime katkı sağlamasıyla bürokratik ve politik olumsuzluklardan minimum seviyede etkilenmektedir. Küçük miktarlardaki eşyaların taşınmasında en uygun taşıma türü hava kargo taşımacılığıdır. Dünyaya yayılmış olan havalimanı ağının varlığı hava kargo taşımacılığının önemli avantajı olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında hava kargo taşımacılığı yüksek emniyet ve güvenilirliğe sahip olmasıyla, kargoların yükleme ve elleçlemesine özen gösterilmesiyle ve diğer taşıma türlerine karşın sigorta primlerinin düşük olmasıyla öne çıkmaktadır (Polat Sesliokuyucu ve Sarılğan, 2019: 34).

Her taşıma türü gibi hava kargo taşımacılığında da mevcut bazı dezavantajlar bulunmaktadır. Hava kargo taşımacılığında uçakların hacim ve ağırlık sınırlaması mevcuttur. Bu nedenle diğer taşıma türlerine karşın taşıma maliyeti daha yüksektir. Bununla birlikte hava kargo taşımacılığı her türden kargonun taşınmasına uygun bir taşıma türü değildir. Demiryolu ve denizyolu aracılığıyla kolaylıkla taşınan büyük miktartlı yüklerin taşınması için hava kargo kullanılamamaktadır. Diğer taşıma türlerine oranla yük taşıma kapasitesi daha azdır. Bunun yanında hava koşullarından

daha fazla etkilenmesi ve erken rezervasyon gerektirmesi gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Genellikle havayolu aracılığıyla taşınan bir yükün alıcının deposuna ulaştırılması gerektiğinde karayolu kullanı ve bu havayolunun olmadığı zamanlar için zorunludur. Kısa mesafe taşımalarında diğer taşıma türleri ile yoğun bir rekabet içerisine girmektedir (MEB, 2011: 24).

Havayolu ile kargolar taşınırken müşterilerin havayolunu tercih etmesinin bazı sebepleri aşağıdaki gibidir (<https://www.kto.org.tr/>, 2023):

- Bozulabilir kargoların (meyve, sebze, balık, çiçek vb.) uzak mesafelere minimum sürede taşınabilmesi,
- Bozulabilir kargolar en hızlı yöntem olan havayolu taşıma modu kullanılarak taşınır ise diğer taşıma türlerine verilen soğutma sistemleri masraflarının ortadan kalkması,
- Bozulabilir kargolarda çürüme gibi durumlar ile oluşacak hasarların engellenmesi,
- Canlı hayvan taşımalarının (hayvanat bahçesi hayvanları) hızlı bir biçimde yapılması ile oluşabilecek hasar ve tehlikelerin minimum düzeye inmesi,
- Önemli ve güncel bilgiler içeren veya ticari bir anlamı olan kargoların (tarihi eser, dergi, gazete vb.) satışının ardından en yüksek güvenlik derecesinde taşınmasının sağlanması,
- Ambalajlama ve taşıma sırasında ortaya çıkan sigorta giderlerinin maliyetlerini düşürmesi ve taşıma riskini kargoların elleçleme ve yükleme sisteminde sistemli ve özenli bir çalışma yapılması sonucunda minimum seviyeye inmesi,
- Üretim yapan firmaların, mümkün olan en kısa sürede ve en acil şekilde ulaşmak istediği, ulaşamadıklarında ekonomik kayba uğrayacakları kargoları (makine yedek parçaları vb.) getirtilebilmesi için en hızlı seçenek olması,
- Hassas cihazların (elektronik vb.) havayolu ile taşınması sonucunda güvenli bir şekilde korunması dolayısıyla sarsıntı, çarpma gibi durumların en aza inmesi,

- Havalimanlarının büyük ekonomik merkezlere yakın bölgelerde bulunmasından dolayı konum açısından taşımanın öncesi ve sonrasındaki süreçte oluşan masrafların azalması, şeklindedir.

Kargolar, söz konusu kargonun zarar görmeden, düzenli ve güvenli şekilde taşınmasını sağlamak için bazı sınıflandırmalara tabiidir. Taşınan malın niteliğine göre taşıma öncesinde kargolar;

- Genel kargolar
- Özel kargolar

olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Aynı zamanda taşımaya konu olan kargolar yükün niteliğinin yanı sıra uçağa yüklenme şekline göre de;

- ULD (UnitLoadDevices) kargolar
- Dökme/ Yığma (Bulk) kargolar

şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrımlar aşağıdaki tabloda gösterilerek açıklanmıştır (Doğan, 2003; 7).

Tablo 1. Hava Kargo ile Taşınan Yüklerin Sınıflandırılması

Göndericinin Ulaşım Hizmetine İlişkin İstek ve İhtiyaçlarına Göre Sınıflandırma		Taşınacak Kargonun Sahip Olduğu Özelliklere Göre Sınıflandırma		Uçağa Yükleme Şekline Göre Sınıflandırma	
Acil Kargo	Kısa bir zaman diliminde ulaşması istenen değerli evraklar, yedek parçalar, organlar, ilaçlar.	Genel Kargo	Askılı tekstil	Dökme (Yığma) Kargo	Igloo, palet veya konteynerlere konulmamış parça kargolar.
Rutin Bozulabilir Kargo	Taze meyve sebze, kesilmiş çiçek, gazete, balık, moda giysileri.	Özel Kargo	Canlı hayvanlar, bozulabilir gıdalar, ıslak, ağır, kıymetli ve diplomatik kargolar, tehlikeli maddeler	ULD Kargo	Igloo, palet ve konteyner hâline getirilmiş kargolar.
Rutin Bozulmaz Kargo	Mücevher, antika eşya, banknot, altın, pahalı ve hassas ileri teknoloji ürünleri, giysiler, mikroçip gibi yarı mamul ürünler.				

Kaynak: (Yalçınkaya ve Sarılgan,2019: 16)

Tablo 1’de Hava Kargo ile Taşınan Yüklerin Sınıflandırılması görülmektedir. Buna göre; göndericinin ulaşım hizmetine ilişkin istek ve ihtiyaçlarına göre sınıflandırma, taşınacak kargonun sahip olduğu özelliklere göre sınıflandırma, uçağa yükleme şeklinde göre sınıflandırma şeklinde bir ayrıma gidilebilmektedir.

Genel ve özel kargoların havayolu aracılığı ile aşağıdaki işlemler çerçevesinde taşınması gerçekleşir (Batur, 2008: 133).

- Rezervasyon
- Kabul
- Depolama
- Yükleme
- Boşaltma

a) Genel kargolar: Genel kargolar özel bir işlem uygulanması gerekli olmayan, rezervasyon aşamasında esneklik uygulanabilen ancak kabul, depolama, yükleme ve boşaltılma aşamalarında esnekliği bulunmayan özel kargo kategorisine girmeyen temiz ve kuru kargolara denir (Hasdemir, 2012: 54). Özel kargolardan başlıca farkı rezervasyon aşamasındaki esneklik ve taşıma biçimidir (Batur, 2008: 133). Genel kargo grubuna dahil olup kullanım açısından özel öneme sahip olan kargolar askılı tekstil ürünleridir (MEB, 2011: 28).

b) Özel kargolar: Özel kargolar elleçleme personeline, uçağa veya yanındaki diğer kargolara zarar verme olasılığı olan, depolanması, uçağa yüklenmesi, ve boşaltılması süreçlerinde özel işlem gerektiren kargolardır. Özel kargoların taşınmasında kabul, etiketleme, yükleme, depolama ve teslimat aşamalarında uyulması gereken bazı kurallar mevcuttur bu sebeple özel kargoların var olduğu uçuşlarda kargo memuru tarafından harekât memuru görevlendirilerek kaptanın özel kargo hakkında bilgilendirmesini sağlar (THY, 2016:4).

Başlıca özel kargolar ise şu şekilde sıralanabilir (Yalçınkaya ve Sarılğan, 2019: 17):

- Bozulabilir Kargolar

- Canlı Hayvanlar
- Islak Kargolar
- Ağır Kargolar
- Kokulu Kargolar
- Değerli Kargolar
- Diplomatik Kargolar
- Cenaze Gönderileri

c) Tehlikeli Maddeler: IATA (Uluslararası Hava Yolu Taşımacılığı Birliği) DGR (Dangerous Goods Regulations) kitabında yer alan; Tehlikeli maddeler yükleme, boşaltma, depolama ve taşıma sırasında havacılık emniyeti dahil olmak üzere tüm çalışanlara, yolculara, uçaktaki diğer kargolara ve çevreye zarar verebilecek kimyasal ve fiziksel özellikleri bulunan maddelerdir. Bu maddeler diğer maddeler ile reaksiyona geçebilen, yanma ve patlama riski bulunan, zehirli, sıvılaştırılmış gazlar ve radyoaktif maddeler vb. şeklinde sıralanabilir. IATA' nın DGR (Dangerous Goods Regulations) kitabında bu maddeler çeşitli özellikleri bulunan dokuz ayrı sınıf şeklinde (yanıcı katı-sıvı ve gazlar, patlayıcılar, organik peroksitler, oksitleyici maddeler, bulaşıcı, zehirli, radyoaktif maddeler, aşındırıcılar ve farklı türden tehlikeli maddeler) ayrılmıştır. Bu özellikleri taşıyan kargoların DGR kitabı ve güncel yayınlara uyumlu şekilde ise taşınması yapılabilmektedir, gereken şartlar mevcut değilse kesinlikle taşımaya kabul edilememektedir. Farklı sınıf maddelere ait etiketler ve bu maddelere uygulanacak işlemlerde birbirinden farklıdır. Aynı zamanda DGR kitabında bu birbirinden farklı sınıflara ait maddelerin yan yana durdurulmaması ve beraber paletlenmemesi de yer almaktadır (MEB, 2020: 37).

d) ULD (Unit Load Devices) Kargolar: Havayolu aracılığıyla taşınacak kargoların tek birim şekline (konteynır, palet gibi) getirilmesidir. Tek bir birim haline gelen kargoların uçağa yüklenmesi de konveyör adı verilen özel sistemler ile olur. Konveyör; hava kargo taşımada kullanılan ve kargoların yüklenip boşaltılmasını sağlayan mekanik bir sistemdir (SHGM, 2015: 38).

e) Dökme/ Yığma (Bulk) Kargolar: Havayolu aracılığıyla taşınacak kargoların palet veya konteynır kullanılmadan parça olarak taşınacağı kargolardır. Yolcu ve

kargo uçaklarında taşınması yapılabilir. Taşıma firması tarafından kargo kabulü aşamasında dökme yük şeklinde taşınmaya uygunluğu kontrol edilir ve taşıyıcının kargoyu taşımada bir sınırlama olup olmadığı da göz önünde bulundurularak kabul gerçekleşir. Ayrıca bu kargoların uçak kapısından geçecek şekilde ölçü ve ağırlığının olması gerekmektedir (Yalçınkaya ve Sarılğan, 2019: 16).

1.3. Hava Kargo Pazarı

Hava kargo pazarı, belirli iki noktada bulunan ve hava kargo hizmetini sunanlar ile bu hizmeti talep edenlerin karşılaştığı ve fiyatın da belirlendiği yer olarak tanımlanabilmektedir. Firmaların bu pazara sundukları hizmeti satma ve gelir oranlarını arttırma başarıları havayolu işletmesinin genel başarısına doğrudan katkı sağlamaktadır. Bu başarıyı etkileyecek olan en önemli faktörlerden biri de müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmektir. Dolayısıyla hava kargo işletmelerinin başarıya ulaşmak için faaliyette bulundukları pazarda yer alan müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını çok iyi bilerek bunları karşılayabilecek bir hizmeti de sunmaları oldukça önemlidir (Gerede, 2015: 15). Havayolu işletmeleri taşımacılık sektörüne ilk olarak posta taşınması yaparak başlamış ve sonrasında yolcu taşımada ilerleme sağlamışlardır. Son olarak ise hava taşımacılık sektöründe en hızlı büyüme oranına sahip grup olan kargo taşımacılığına yönelmişlerdir. Günümüze bakıldığında hava kargo pazarı, tüm bölgesel pazarları da bünyesine alarak dünyanın genelinde küresel bir pazar olma noktasına ulaşmıştır. Ekonomik büyüme, hava kargo pazarında gelişimin en önemli sağlayıcısıdır. Hava kargo pazarına bakıldığında müşteri ile yatırımcı arasında güven çok güçlüdür ve bu da ekonomik gelişmenin devamlılığının göstergesi olabilmektedir. Önem arz eden diğer riskler; petrol fiyatlarındaki yükselme ile faiz oranlarındaki artıştır. Bu pazar, bazı zamanlar trafiğinde azalan hacim ve düşüşler yaşanmış olmasına rağmen büyüme eğilimi gösteren dinamik ve küresel bir pazar konumundadır (Derici ve diğerleri, 2015: 72).

Hava kargo sisteminin düzenlenmesi iki temel unsura bağlıdır. Bunlar ;pazarın yapısı ve koşullarıdır. Diğer tüm sistemler gibi hava kargo sisteminde de çevreyle sürekli olarak etkileşim vardır. Uluslararası ilişkiler, teknolojik gelişmeler, serbestleşme hareketleri, eğitim imkanlarının gelişimi, globalleşme, tüketici beklenti

ve taleplerindeki değişim şeklinde sıralanan ve daha devam edebilecek unsurlar pazarın yapısını etkileyen unsurlardır. Bunun yanında endüstriyel ürünlerin pazarlanması ardından hedef pazarlara ulaştırılması, insanlar arasındaki etkili iletişimler, küreselleşme ve elektronik ticaretin sonucunda hizmet veya ürünlerin serbest dolaşımı da hava kargo pazarının yapısını direkt olarak etkilemektedir. Dünyada ekonomilerin birleşip bütünleşmesi, oluşturulan korumacı politikalar ve küreselleşme, ülkeler arasındaki ticareti arttırarak üretilen malların uzak mesafelere taşınması noktasında kolaylık sağlayan hava kargo sektörü açısından geliştirici nitelikteki faktörler arasındadır. Küreselleşme hava kargo sektöründeki rekabeti güçlendirir ve arttırır bununla birlikte ürünlerin hizmet zamanlarının ve stoklarının kısılmasını sağlamaktadır (Gün, 2007: 144).

Hava kargo pazarının gelişimi için olumlu yönde katkısı bulunan faktörler şu şekilde sıralanabilmektedir (<https://www.trfreightline.com/>, 2023):

1. Dünyada nüfusun ve ticaretin artış göstermesi
2. Dünyada harcanabilir nitelikte gelirin artması
3. Globalleşme
4. Uçak ile ilgili teknolojik gelişmeler
5. İnovatif teknolojilerin verimliliğe olan olumlu etkisi
6. Havacılık ile ilgili serbestleşme hareketi yaşanması
7. Açık semalar anlaşması
8. Elektronik kargo uygulamalarının gelişmesi

Hava kargo pazarının gelişimini olumsuz yönde etkileyen faktörler ise şu şekilde sıralanabilmektedir (Battal ve Sarılğan, 2019: 70):

1. Havalimanı kapasitesi ile ilgili sorunlar
2. Rekabet yoğunluğu
3. Ekonomik krizler
4. Terör olayları ile bölgesel savaşlar
5. Yakıt maliyetlerindeki ani değişimler
6. Gümrük sorunları ve usulsüzlükler

7. Avrupa’da gerçekleştirilen çevresel düzenlemeler
8. Ticari sınırlamalar

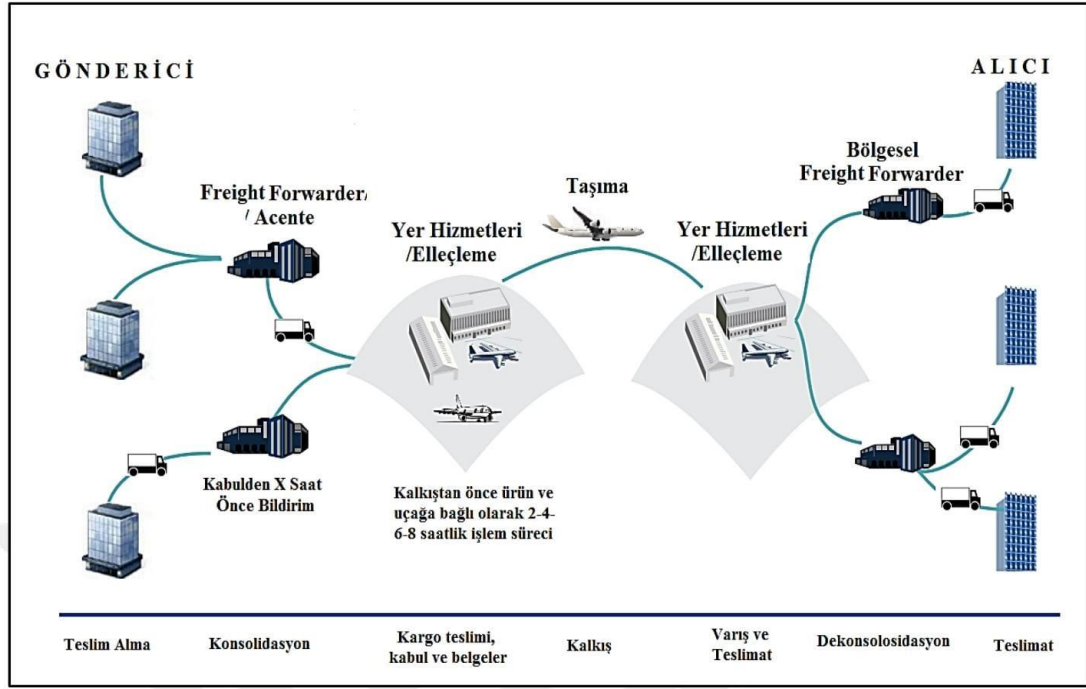
1.4. Hava Kargo Tedarik Zinciri Operasyonları ve Aktörleri

Uluslararası boyuttaki ticari rekabet, işletmeler açısından hız faktörünün önemini ve gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Hava kargo pazarında gelişmeler, uçaklardaki kapasitenin artmasına, yolcu akışının artmasına ve maliyetin minimuma indirgenmesine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Havayolu ile kargo taşınması oranı günden güne hızla artış göstermektedir. Ticarete konu ürünlerin üretiminde gerekli olan hammaddelerin tedarik edilmesi , üretimin ardından farklı pazarlara dağıtım ve dağıtım sürecindeki destek hizmetlerin uygulanması için hava kargo hizmetinin kullanılması gereklidir. Hava kargo hizmeti bir sistem olarak değerlendirildiğinde bu sistemde gönderici ile alıcı arasında birden fazla unsur olduğunu ve her birinin ayrı görevleri olduğu görülebilmektedir (Gün, 2007: 149). Hava kargo hizmeti, havayolu kargo işletmeleri ve ekspres servis sağlayıcılar tarafından gerçekleştirilen hizmet sürecidir. Hava kargo pazarındaki başlıca tedarik zinciri üyeleri; gönderici-nakliyecihavayolu firması ve bütünleşmiş servis sağlayıcıdır. Diğer üyeler ise; havalimanları- yer hizmet sağlayıcıları-nakliye şirketleri-lojistik hizmet sağlayıcıları ve satış acenteleridir (Şekkeli, 2020: 102).

Dünyanın neredeyse her noktasından, bir göndericiden alıcıya veya bir satıcıdan alıcıya gönderilen ürünlerin transferi için gerekli birçok kural ve prosedür vardır. Gönderiler için bu düzenlemeler her gönderinin türüne göre değişmektedir. Ürün numuneleri, kıymetli evrak, para veya altın, canlı hayvanlar, bozulabilir içerikli ürünler, kişisel ürünler, hediyelik eşyalar gibi birçok gönderi için taşıma hususunda her birine uygulanan farklı kurallar söz konusudur ve her biri türüne göre farklı süreç gerektirmektedir. Gönderiler aynı zamanda risk derecesine göre de ayrılabilir. Özellikle yüksek risk grubunda veya çok değerli ürün grubunda yer alan taşımaların kendi içinde tabii oldukları kurallara bağlı olarak uygulanan yönergeler mevcuttur. Bu süreçler için hava taşımacılığı işletmesiyle beraber tedarik zinciri boyunca, ekspres taşıyıcılar, yasal düzenlemeleri gerçekleştirilen acenteler, yer hizmet sağlayıcıları, nakliyeciler, alıcılar, göndericiler ve posta operatörleri olmak üzere

farklı görev ve sorumlulukları olan birçok kuruluş yer almaktadır. Hava kargo tedarik zincirinin işleyişi süreci içerisindeki aktörler ile aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Danış, 2022: 19).

Şekil 1. Hava Kargo Tedarik Zinciri İşleyişi



Kaynak: (Danış, 2022: 20)

Şekil 1’ de Hava Kargo Tedarik Zinciri İşleyişi anlatılmaktadır. Hava kargo tedarik zinciri operasyon süreçleri içerisinde göndericiler, taşıma işleri komisyoncusu ve hava taşıyıcıları olmak üzere üç ana oyuncu bulunmaktadır; aracılık görevi gören taşıma işleri komisyoncuları, gönderici talepleri ve hava taşıyıcılarının olanaklarına hâkim olup operasyonel süreci gerekli şekilde yürütmektedir (Yavaş ve Özsoy, 2012: 4).

Yolcu uçaklarında taşınan yüklerin yanında hava kargo bir sektör olarak uzun zamandır hava kargo taşıyıcıları ve taşıma işleri komisyoncuları şeklinde iki önemli aktör tarafından yürütülmektedir. Günümüzde taşınan kargoların %90-95’i müşteri ile taşıyıcı arasında aracı görevinde bulunan taşıma işleri komisyoncuları tarafından gerçekleştirilmektedir. Hava kargo taşımacılığının yolcu taşımacılığına karşı paketleme, gümrükleme, sigortalama, dökümantasyon, teslim alma ve teslim etme

şeklinde karışık bir lojistik operasyon süreci içermektedir. Tüm bu karmaşık süreci taşıyıcılar yerine organize edebilecek aynı zamanda gönderici ve havayolları arasında köprü görevi görerek iletişimi de sağlayacak birden fazla uzmanlığa sahip işletmelerin ortaya çıkışını cesaretlendirmiştir. Hava kargo hizmetlerinin yerine getirilmesi için birden fazla havayolu iş modelleri geliştirilirken hava kargo taşıyıcılarının yanı sıra entegre taşıyıcılar daha büyük bir pay oranına sahiptir. Bunun sebebi ise müşteri beklentilerini karşılamak amacıyla bu doğrultuda hareket ederek kapıdan kapıya, katma değerli ve zamana duyarlı hizmetlerin sağlanabilmesidir. Bu operasyonların gerçekleşmesinde ürün ve bilgi akışı tedarik zinciri içinde farklı paydaşların ortaklaşa iş yürütmesi ve konşimentodan gümrük belgelerine varana dek toplam on dört ana belge kullanılarak tamamlanmaktadır. Hava kargo sektörü havayollarının yanı sıra taşıyıcı olarak farklı türden işletmeleri de bünyesinde bulundurmaktadır. Bunlar arasında en çok bilinenleri; DHL, TNT, UPS, FedEx şeklinde örneklendirilerek sıralanabilmektedir. Kendilerine ait uçak filoları sayesinde kapıdan kapıya, zamana duyarlı ve hacmi küçük kargoları müşterilerine ulaştırmaktadır. Bütünleştiriciler ve kendi filoları olmaksızın bir ürünü bir noktadan başka bir noktaya ulaşmasını sağlayan, hava kargo endüstrisinin ‘seyahat acentesi’ olarak da nitelendirilen Air Freight Forwarders olarak da bilinen taşıma komisyoncularıdır. Freight Forwarders, kargo sektöründeki önemli role sahip bir oyuncu gibidir ve kendi filosu olmadan kapıdan kapıya ulaştırma alternatifinde havayolları da dahil birden fazla aktörü organize ederek müşteri ihtiyaçlarına karşılık vermeye çabalamaktadır. Hava kargo süreci içerisinde tüm aktörlerin bütün faaliyetleri yerine getirirken başarılı olması sürecinde başarısını beraberinde getirmektedir (Yavaş ve Aracıoğlu, 2020: 177).

1.5. Hava Kargo Taşımacılığının Ekonomik Gelişime Etkisi

Havayolu taşımacılığı 1990 yılının ikinci yarısında önemli ölçüde ilerlemeler kaydetmiştir. Bu nedenle ekonomik gelişmeye olan etkisi de ve önem ifade etmektedir. Ekonomik açıdan bakıldığında hava taşıma sanayisindeki büyüme havacılık sektörüne yeni bir iş imkânı da sağlayarak ürünleri ve insanları yeni bir pazara bağlamasından dolayı ekonomik anlamda etkisi oldukça yüksek bir role

sahiptir. Hava taşımacılığının karşılıklı ilişkide olduğu birden fazla ekonomik kalkınma etkisi sayılabilmektedir Bunlar (Danış, 2022: 22):

- Yüksek katma değere sahip olan hava taşımacılığı ülkelere döviz açısından girdi sağlamaktadır. Buna yüksek katma değere bağlı yüksek oranda vergi etkisi denilebilmektedir.
- Hava taşımacılığı yer hizmetleri, araçlar, havalimanları vb. gibi çok fazla yatay ve dikey iş kolunda istihdam sağlamakta aynı zamanda gelir ve pazar oluşturmaktadır buna bağlı olarak adeta kendi içinde bir ekonomi sağlamaktadır.
- Yukarıdaki iki madde ile ilintili olarak hava taşımacılığı hacim ve nitelik bakımından istihdam sağlayıcı etkiye sahip olduğu gibi,
- Ülkelerin uluslararası ticaret dengesi ve rekabet güçleri üzerinde de olumlu etkiler yaratmaktadır.

Hava kargo talebini olumlu yönde etkileyen en önemli faktörlerden birisi ülkelerdeki ekonomik gelişmişlikleri yansıtan GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) verileridir. Hava kargo ile arasındaki bağlantıya bakıldığında, dünya hava kargo taşımada gerçekleşen büyüme ekonomik büyüme ile doğru orantılıdır. Ekonominin büyümesi demek ticaret artışı demektir ticaretin artması ise ülkeler arasındaki hava kargo trafiğini pozitif yönde etkilemektedir. Ekonomik büyüme ile artması beklenen küresel ticaret ve rekabet hava kargo sektörünün de dinamiğini değiştirir ve dolayısıyla gönderi yoğunluğunun da artmasına neden olmaktadır. Bu nedenle hava taşımacılığı endüstrisinde var olan hava kargo ile GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) arasındaki ilişkinin uzun soluklu olması ve olumlu yönde olması önemlidir (Kasarda and Green, 2005: 460).

Hava taşımacılığı talebinde ekonomik büyüme ile olan ilişkiyi ortaya koyan bir diğer önem arz eden faktör ise hizmetin ve ürünün temel fiyat belirleyicisi olan enflasyon verileridir. Enflasyon arttığında ürün fiyatları artar düştüğünde ise azalır. Bu bağlamda yüksek enflasyonun işletme ve şahısların gelirlerini düşüren bir etkisi

vardır. Buna bağılı olarak ülkelerin gelir düzeyleri düşecektir ve bu da hava taşımacılığı talebini doğırudan azaltıcı bir etkiye sebep olacaktır. Enflasyonun artması sonucunda işletme maliyetlerinin toplamı da artacağından buradan işletme talebinin de negatif yönde etkileneceğı çıkarılmaktadır (Alıcı and Akar, 2020: 13).

1.6. Hava Kargoda Müşteri Kavramı ve Müşteri Beklentileri

Müşterilerin istek ve ihtiyaçları günden güne değışip gelişmektedir. Hava taşımacılığı noktasında ise müşteriler bozulabilir ve kırılabilir kargoların daha kolay taşınması, güvenilir ve hızlı bir taşıma sistemi olması ve değıeri yüksek ürünlerin paketlenmesi ve taşınması konusunda sağıladığı avantajlar nedeniyle tercih etmekteydi. Zaman içerisinde müşterilerin beklentiler artış göstererek lojistik destek hizmetinin daha fazla olduğı hizmetler yönüne doğıru kaymıştır. Bu hizmetler dağıtım maliyetlerini azaltarak ulaştırma maliyetlerini de minimum seviyeye indirmektedir. Müşteriler, hızla artan rekabetçi ortamın bilincindedir. Alanında uzman olan kargo hizmet sağılayıcı işletmeler de müşterilerinin beklentilerini karşılayarak küresel lojistik stratejileriyle beklenen hizmeti sunmaya devam etmektedirler. Hava kargo müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi üzerine yapılan araştırmalar sonucunda, müşterilerin önemli bulduğı iki hizmet konusu; bilişim teknolojileri ve gönderilerin takip süreci şeklinde belirlenmiştir. Daha sonraki evrelerde, bilginin müşteriye aktarılması, operasyonel yetkinlik düzeyleri önemli hizmet konuları olmuştur. Ardından gelen önemli bir hizmet konusu da ileri teknolojiye sahip depolardır. Bu hizmet konularında önemli olan müşterilerin gelecekteki ihtiyaç ve isteklerinin ne yönde değışim göstereceğini öngörmektir (Gün, 2007: 159). Müşterilerin hava kargo taşımacılığı konusunda beklentileri; transit s relerin kısalması, hizmetlerde online erişimin ve esnekliğıin sağılanması, esnekliğıin müşteriye seçim imkânı tanınması şeklinde sıralanabilmektedir. Müşteriler çoğunlukla teslim süresi garantili hizmetleri araştırmaktadır. Müşteriler açısından her zaman daha kısa transit süreye ihtiyaç bulunmaktadır. Kargolar ise genelde bu transit zamanın %10-15'ini havada, %85-90'nını yerde geçirmektedir. Kargoların u ağıın kalkışı öncesi ve inişi sonrası havalimanında geçirdiğı süreçler, prosedürler açısından havada geçirdiğı süreye göre daha uzun sürmektedir. Müşterilerin talebi günümüzde

zaman duyarlı hizmetler yönünde artış göstermektedir. Buna bağlı olarak ekspres hizmet sunan işletmelere olan ilgi de oldukça yoğun olmaktadır (Songur, 2016: 36).

Müşteri, bir hizmeti veya ürünü satın alan kurum ya da kişilere verilen isim olarak nitelendirilmektedir. Müşteriler, işletme için en değerli varlıklar olarak bilinmektedir. Müşteri bir işin yerine getirilme nedenidir. Müşteri kavramı yalnızca ürün satın almayı değil, işletmenin ürettiği mal ve hizmetlerden etkilenen herkesi kapsayan bir kavramdır. Yapılan çalışmalar müşteri kazanmanın maliyetinin, müşteriye elde tutma maliyetine göre dört-beş kat daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Müşterilerle ilişki kurmak için doğru iletişim kanalları aracılığıyla aynı dili konuşmak, anlaşmaya varabilmek adına gerekli esnekliği sağlamak, dinleyici olmak, alınan sonuçları ölçmek ve gerekli düzenlemeler ile sıfır hata düzeyine ulaşmak gerekebilmektedir. Müşteriler aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Eroğlu, 2005: 9);

Aday Müşteri: İşletmenin gelecekte müşterisi olmaya aday müşteridir.

Müşteri: İşletmeden en az bir defa hizmet veya ürün satın almış kurum ya da kişidir.

Düzenli Müşteri: İşletme ile sürekli ilişkisi olan fakat işletmeye karşı tarafsız bir tutuma sahip olan müşteridir.

Destekleyen Müşteri: İşletmeden memnun olan, işletmeye sadık olan fakat işletmeyi diğer potansiyel alıcılara karşı pasif şekilde destekleyen müşteridir.

Sadık Müşteri: İşletmeyi potansiyel alıcılara öneren ve sürekli işletme ile ilgili olumlu tutumunu çevresine yansıtan, taraftar müşteridir.

Ortak (Partner) Müşteri: İşletmenin çıkarlarını kendi çıkarları gibi gözetken ve işletmeye karşı tarafsız bir tutumu bulunan müşteridir.

Müşteriler, pazarda bulunan mal ve hizmetleri satın alma amaçları bakımından ikiye ayrılmaktadır. Kişisel ihtiyaçlar nedeniyle mal ve hizmet satın alanlar müşteri veya nihai tüketici şeklinde adlandırılmaktadır. Müşterilerin veya tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama gereksinimiyle kendi üretim faaliyetlerine

katkıda bulunmaları ve yeniden satış işlemi gerçekleştirmek gibi ekonomik faaliyetleri ilerletmek için hizmet veya mal satın almaları kurumsal veya endüstriyel müşteri şeklinde adlandırılmaktadır. Satın alınan ürün ya da hizmette satın alanın bireysel müşteri mi yoksa kurumsal müşteri mi olduğunu anlamak için ürün ya da hizmetin ne amaçla kullanıldığının bilinmesi gerekmektedir (Songur, 2016: 49).

Müşteri memnuniyeti, üreticinin veya hizmeti verenin tüketiciye verdiği ürün veya hizmet sonrasındaki devamlılığın durumunu açıklamaktadır. Müşteri memnuniyetinin sağlanması için ilk evre, odak noktası olan müşteri profillerinin bilinmesine bağlı olmaktadır. Müşterilerin neyi sevdiklerini, neye ihtiyacı olduğunu, nelerden memnun olacaklarını, beklentilerini, onları mal veya hizmeti satın almaya nelerin teşvik ettiğini bilmek kısaca müşteriyi tanımak ilk ve önemli bir evre olmaktadır. Müşteri istek ve ihtiyaçlarını yerine getirmek hususu temel alınan müşteri memnuniyetinde, memnuniyeti etkileyen unsurlar önceden belirlenmeli ve bu unsurlar üzerine stratejiler oluşturulmalıdır. Bu bağlamda işletmeler mevcut müşterilerini koruma ve yeni müşterileri kazanabilmek adına müşterilerini memnun etmeye yönelik, kalite, beklenti, performans ve fiyat unsurlarını göz önünde bulundurmaları gerekmektedir (Tuna, 2019: 46). Müşteri tarafından satın alınan mal veya hizmetlerin o kişiye sağladığı yarar ile müşteri beklentilerinin kesişim noktasında müşteri memnuniyeti söz konusu olmaktadır. Müşterilerin mal veya hizmeti satın almadan önceki beklentileri ile o hizmeti satın aldıktan sonraki algıladığı performans arasındaki farklılıktan memnuniyet ortaya çıkmaktadır. Oliver müşteri memnuniyeti kavramını, ‘memnuniyet, müşterinin tüketim noktasında tatmin olma durumudur.’ şeklinde tanımlamaktadır (Kaysari, 2011: 12).

Kargo taşımacılığı hizmet sektörünün bir parçasıdır. Bu bağlamda işletmelerin müşterileriyle uzun vadeli ilişkiler kurabilmek adına müşteri memnuniyeti sağlamaları önem ifade etmektedir. Kargo hizmetlerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması için hizmet kalitesi de büyük önem taşımaktadır. COVID-19 döneminde tüketicilerin sosyal hayatının etkilenmesi ile online alışverişler de artış gözlemlenmiştir. Kargo hizmetlerinde de ciddi bir artış söz konusu olmuştur. Temas ve sosyal izolasyonun hayati önem taşıdığı COVID-19

döneminde online tüketim ve kargo hizmetlerinin önemi artmaktadır. Online tüketim de en önemli aktörlerinden biri kargo hizmetleri olmaktadır. Kargo hizmetlerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması, kargo hizmeti veren firmalar ve ürün pazarlayan işletmeler için oldukça önem ifade etmektedir. Ürün teslim alınmadığında veya sorunlu bir şekilde teslim edildiğinde tüketicilerin memnuniyetsizliği veya sadakati sadece kargo hizmetine değil, ürünün satın alındığı marka ve işletmeye de yönlendirilebilmektedir (Özden ve Çelik, 2021: 34).

a) Müşteri Memnuniyetinin Önemi: Müşteri memnuniyeti, yoğun rekabetin bulunduğu pazar ortamında, pazarlama faaliyetleri açısından önemli bir nokta haline gelmiştir. Müşterilerin memnun olması işletmenin de en önemli yeteneğe sahip olduğunu göstermektedir. İşletmeler için müşteriler gelir ve kazanç sağlama noktasında kaynakları konumundadır. Müşteri memnuniyeti, müşterilerin gelecekteki davranışlarını tahmin edebilmeyi daha imkanlı hale getirmektedir. Memnuniyetsizlik varsa bunun nedenleri belirlenip tedbirli olunması ve iyileştirmeler yapılması da müşteri memnuniyetinin sağladığı bir durum olmaktadır. Müşterinin memnuniyeti ne kadar yüksek ise bir sonraki satın alımlarında da aynı işletmeyi tercih etme olasılığı o kadar yüksek olmaktadır. Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak noktada en iyi ürün ve hizmetin üretilmesi için hedef pazarda bulunan müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının belirlenip yaşam tarzlarının takip edilmesi gerekmektedir. Müşteri memnuniyeti etkili ve doğru şekilde ölçüldüğünde ortaya müşteri için en iyi ürün çıkmaktadır. Birçok işletme müşterilerinin memnuniyet düzeyini ölçebilmek, müşterilerini daha iyi tanıyabilmek ve onların bilgilerini yakından takip ederek bu bilgileri değerlendirebilmek için her yıl anket çalışmaları yapmaktadır. Bundan dolayı müşteri memnuniyeti ölçümünün noktasındaki araştırmalar en hızlı büyüme gösteren bölümdür. (Özbay, 2011: 13).

b) Müşteri Memnuniyeti Unsurları: Memnuniyet, yapılan bir alışverişin sonucunda müşterinin ihtiyaçlarının ne derece karşılandığını göstermektedir. Müşteri memnuniyetinin gerçekleşmesini sağlayan çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar; kalite ve değer, müşteri şikayetleri ve müşteri değerleri olmaktadır.

- **Kalite:** Kalite, bir ürün veya hizmete karşı müşteriler nezdindeki tutumun ölçüsü olarak ifade edilmektedir. Kalite esasen, müşteri tarafından beklenen kalite ile deneyimlenen kalite sonucunda oluşan bir fonksiyondur. Beklentiler kişiden kişiye değişir, değişen beklentiler müşterinin kalite deneyimi ile memnuniyete dönüşmektedir.
- **Değer:** Memnuniyete önemli oranda etki eden bir unsur olarak tespit edilmiştir. Değer unsuru ile güven unsuru da ön plandadır. Müşterilerin beklentilerinin algılamaları üzerinde güçlü bir etkisi olduğu da ortaya çıkmaktadır.
- **Müşteri Şikâyetleri:** Müşterinin olumsuz geribildirimi şeklinde tanımlanabilmektedir. Bir işletme tarafından kişinin mal ve hizmetten beklentilerinin karşılanamaması şikâyetin başlangıcını ifade etmektedir. Beklentilerin karşılanmaması herhangi bir pazarlama karması unsurunda meydana gelmiş olabilmektedir. (dağıtım, fiyat, ürün, tutundurma, süreç, insan veya fiziksel ortam gibi...) Müşteri memnuniyetini sağlamada başarılı olan işletmeler onların beklentilerini istenilen yer, zaman ve kalitede karşılayabildiklerinde başarıya ulaşmaktadırlar.
- **Müşteri Beklentileri:** Müşteri beklentileri ile müşteri memnuniyet derecesi doğru orantılı olmaktadır. Müşteriler işletmeler tarafından önceden piyasaya sunulan mal veya hizmete bağlı olarak bir kalite beklentisine girmektedirler. Bunun yanında müşterilerin firmalar hakkında bugünkü performanslarına bakarak gelecekte sunacağı ürün ya da hizmet konusunda da beklentide bulunmaktadır. Bu iki beklenti kolu da olumlu gelişirse müşteri memnuniyeti noktasında da olumlu bir etkilenme söz konusu olmaktadır (Tuna, 2019: 51).

c) Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler: İşletmeler rekabet ortamında mevcut müşterilerini kaybetmek istememektedirler ve yeni müşterileri bünyelerine katmayı hedeflemektedirler. Buna bağlı olarak müşterilerinin hangi tür hizmetleri, neden tercih ettiklerini önemsemektedirler. Müşterilerinin neleri beğendiklerini, ilgi duydukları alanları ve demografik özelliklerini sınıflandırmak için çabalamaktadırlar. Hizmet sektörü müşterileri ile yapılan yüz yüze ilişkilere dayalı bir sektör olup,

hizmet işletmelerinde üretim ve tüketim aynı anda olmaktadır. Bu durum hizmet işletmelerinin sürekli inovatif olması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır ve aynı zamanda müşteri beklentilerini de sürekli olarak yüksek tutmalarını gerektirmektedir. Mal veya hizmet işletmelerinde bu durumların yaşanması müşterilerin istek ve algılarına bağlı olan müşteri memnuniyetini etkileyen faktörleri dört gruba ayırmayı gerektirmiştir (Songur, 2016: 42).

- **Kişisel Faktörler :** Müşteri memnuniyetini etkileyen kişisel faktörler kendi arasında şu şekilde sıralanabilmektedir: yaş, cinsiyet, meslek, gelir durumu, eğitim durumu, yaşam tarzı ve kişilik tarzı. Müşterilerin cinsiyet farklılığı, sosyal, ekonomik ve kültürel farklılığına da etki etmektedir ve buna bağlı olarak mal veya hizmet sunumu yapan işletmelerin beklenti ve memnuniyet düzeyleri değişim göstererek davranışlara yansımaktadır.
- **Sosyal Faktörler:** Müşteri memnuniyetine doğrudan etki eden sosyal faktörler kendi aralarında; sosyal sınıf, kültür, alt kültür ve danışma grupları şeklinde sınıflandırılabilir.
- **Ekonomik Faktörler:** Mal veya hizmet sunumu yapan işletmelerde müşterilerin memnuniyet durumunu etkileyen faktörlerden biri de ekonomik faktörlerdir. Müşteriler belirli bir gelire sahip olduklarında isteklerini yerine getirerek ürün veya hizmet satın alabilmektedirler. Ürün ya da hizmeti sunan işletmelerde müşterilerin gelir oranı, kişisel borçları gibi ekonomik unsurlar memnuniyet düzeylerini doğrudan etkilemektedir.
- **Psikolojik Faktörler:** Ürün ya da hizmet sunan işletmelerde müşteri memnuniyetini etkileyen son faktör, psikolojik faktörlerdir. Bunlar algı-güdü-öğrenme ve tutum unsurları şeklinde kendi içerisinde ayrılmaktadır.

d) Kargo Firmalarının İtibarının Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Hizmet sektöründe faaliyetlerini sürdüren firmaların müşteri memnuniyetini kazanması rakip firmalara göre daha avantajlı olduklarını göstermektedir. Firmalar müşterilerinin yeniden kendilerini tercih etmesini sağlamak için müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını doğrudan cevap verebilecek faaliyetlere önem vermeli ve firma içerisindeki tüm

Çalışanların müşteri tatmininin sağlanması konusunda çalışmalarını özenle gerçekleştirmesi önem ifade etmektedir (Kılıç ve Pelit, 2004: 114).

Rekabetin hat safhada olduğu kargo sektöründe müşteri memnuniyetini sağlamak firmalar açısından gelecek vaat etmek demektir. Müşteri memnuniyetini elde etmek isteyen kargo firmaları öncelikle hizmet kalitesini belirleyip geliştirmeli ve uygulamaya geçirmelidir. Çünkü müşteriler açısından kargo firmalarının hizmet kalitesi gözlemledikleri önemli bir kriter olmaktadır. Kargo firmaları müşterilerine hızlı ve güvenilir bir taşımacılık hizmeti sunmaktadır ve bu noktada müşteri beklentilerine göre çözümler de üretmektedir. Müşterilerin gönderim ve alım işlemleri sırasında kargo hizmetlerini kullanarak aldıkları hizmet kalitesini ölçmeleri mümkün olduğu gibi işletmeler açısından da bu süreçte müşterilerinin memnuniyetini analiz etmesi mümkün olmaktadır. Firma tarafından verilen hizmetin sonunda müşteri memnuniyeti gerçekleşmiş ise, müşteriler hizmet sırasında ve sonrasında memnuniyetlerini ifade edebilmektedirler. Bu sayede müşteriler, diğer müşterilerin fikirlerine iletişim yoluyla hızlı ve kolay biçimde etki edebilmektedirler. Bunun sonucunda hem potansiyel hizmet alıcıları tarafından firma tanınmış olmaktadır hem de firma itibarı ve imajında artış meydana gelmektedir. Artan firma itibarı müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyeceği için kargo firmalarına bağlı müşteriler oluşturabileceği de söylenebilmektedir. Sonuç itibarıyla kargo firmalarının müşteri memnuniyeti ve bu memnuniyetin devamlılığını sağlamaları için, işletme itibarı ve müşteri değerleri üzerinde durmaları, karşılaşılan sorunlara yeni çözümler üretmeleri gerekmektedir. Memnun müşteriler her zaman her ortamda kargo firmalarına kazanç sağlama ihtimali bulunan müşterilerdir (Alp ve diğerleri, 2019: 4).

İKİNCİ BÖLÜM

2. COVID19 (KORONAVİRÜS) PANDEMİ DÖNEMİ VE HAVA KARGO TAŞIMACILIĞI

Covid 19 salgını, ortaya çıktığından beri tüm dünya üzerinde ciddi bir baskı kurmuştur bu sebeple ülkeler açısından büyük önem ifade etmektedir. Henüz sona ermemiş olan bu salgının olumsuz etkilerinin devam edeceği öngörülmektedir. Tüm ekonomik birimler salgını en az zararla atlattmak için mücadele etmektedir. Bu bölümde Covid-19 salgını, salgının lojistik sektörüne etkileri ve salgın döneminde hava taşımacılığına yer verilmiştir. Bununla birlikte salgının sektörel açıdan ekonomik etkileri de açıklanmıştır.

2.1. Covid-19 (Koronavirüs) Salgını

Dünyada uzun yıllardır var olan virüsler ve bunların sonucunda oluşan enfeksiyonların yanında 2019 yılında ilk kez Çin’ de ortaya çıkan ve SARSCoV-2 adı verilen bulaşıcılığı yüksek olan bu riskli virüs dünyaya hızla yayılmış ve toplumu ilgilendiren bir problem haline gelmiştir. Hastalık ortaya çıktığı günden başlayarak farklı gen mutasyonları geliştirmiş ve yeni bulaşıcı varyantların oluşmasına sebep olmuştur (Sağlık Bakanlığı, 2020: 5). İlk olarak 2019 yılı aralık ayında Çin/Wuhan kentinde görülen Koronavirüs hastalığı küresel sağlığa yönelik bir tehdit olan ve solunum yolunu etkileyen SARS-CoV-2 virüsünün sebep olduğu bulaşıcı bir hastalık türü olmaktadır (Özkan ve Acar, 2022: 394).

Bu hastalık ilk Wuhan şehrindeki Hubei eyaletinde bulunan Huanan deniz ürünleri pazarında ortaya çıkmış olup öksürük, yüksek ateş, yorgunluk gibi belirtiler ile kendini göstermiştir. 31 Aralık 2019 tarihinde yerel sağlık yetkilileri tarafından uyarı yapılmasının ardından 1 Ocak 2020 itibariyle söz konusu deniz ürünleri pazarı kapatılmıştır. Ancak Çin’in birçok şehrinde salgın hızla yayılmaya başlamış ve insanlar enfekte olmuşlardır. Ardından salgın Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Japonya, Kore, Singapur, Tayland, Vietnam gibi ülkelere yayılmaya başlamıştır. Salgın günden güne insan yaşamına olan etkisini arttırmış ve 11 Mart 2020 tarihinde WHO (World Health Organization) - Dünya Sağlık Örgütü tarafından koronavirüs (Covid19) pandemi olarak ilan edilmiştir. Organ yetmezliği, iltihaplanma, solunum

çökmesi gibi büyük sorunlara neden olan bu yıkıcı salgın, ortaya çıkmasının ardından 6 ay içerisinde yarım milyondan daha fazla insanın ölümüne yol açmıştır. Koronavirüs, insanlar üzerinde boğaz ağrısı, ateş, öksürük, solunum sıkıntısı, ishal, bulantı, kusma, yorgunluk, üşüme ve kas ağrıları gibi belirtiler ile kendini göstermiştir. Mevcut durumda kronik rahatsızlıkları bulunan şiddetli vakalarda ise kalp rahatsızlıkları, akut solunum, solunum yetmezliği ve hatta ölüme sebebiyet vermektedir. İnsanların günlük yaşamlarındaki etkileşim ve aktiviteleri hızla azalmıştır. Sosyal faaliyetler bir yana iş, okul gibi temel faaliyetlerin çoğu durma noktasına gelmiştir. Tüm bunların yanında dünya ekonomisinde de büyük sarsıntılara neden olmuştur (Büyük Aydın ve Aydın: 2022:523). Salgının etkisi devam ederken birçok ülke Covid-19 sınırlamalarını hayata geçirmiştir. İnsan sağlığı ile beraber işletmeler içinde olumsuz etkiler meydana gelmiş ve işletmelerin çoğu kapatılmıştır. Küresel anlamda salgının bu denli etkili olmasının en önemli sebebi; Çin'in çok geniş bir sektörel pazara hizmet etmesi yatmaktadır. Çin'de başlayarak tüm ülkeleri etkisi altına alan salgın küresel tedarik zincirini olumsuz yönde etkilemiştir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel salgın ilan edilmesinin ardından 13 Mart 2020' de Türkiye'de de sınırlamalar başlamış ve yeni bir sürece giriş yapılmıştır (Özkan ve Acar, 2022:394).

Türkiye'de ilk COVID-19 virüsü taşıyan vaka Sağlık Bakanlığı tarafından 11 Mart 2020 tarihinde açıklanmıştır. Virüs nedeniyle gerçekleşen ilk ölüm 15 Mart 2020' de olmuştur. 1 Nisan 2020'de Sağlık Bakanı tarafından yapılan açıklamada koronavirüs vakalarının tüm Türkiye'ye yayıldığı açıklanmıştır (<https://www.trthaber.com/>, 2023).

SARS-CoV-2 enfeksiyonu şeklinde tanımlanabilen bu hastalığın toplum sağlığını doğrudan etkileyen tehlikeleri aşağıdaki gibi özetlenebilmektedir.

- Bulaşma hızı oldukça yüksek olan bu virüs insandan insana önemli oranda yayılım hızına sahiptir.
- Bu virüs ayrıca kardiyovasküler hastalık ve akciğer hastalıklarına sebep olan önemli bir etkiye sahiptir.

- Solunum sıkıntıları yanında, ateş, öksürük fazla halsizlik, koku ve tat alma duyusunun kaybolması ve hatta insanların bağışıklık sistemlerinin çökmesine sebep olmaktadır.
- Ciddi vakalar hepsi için hastanede yatma ve özel olarak tedavi altına alınma zorunluluğu vardır.
- Tedavi altına alınan Covid-19 hastalarının özel bakım ünitelerinde ve 1-1,5 metre mesafeli ayrılmış özel alanlarda izlenmesi gerekmektedir.
- Salgının hızla yayılması ve hasta sayılarındaki artışla sağlık kurumlarında yeterli alan bulunmama sorunu da ortaya çıkmaya başlamıştır.

Covid-19 virüsü damlacık yoluyla bulaştığından tedavisinin yanı sıra hastalığa karşı önleyici tedbirler almak zorunluluğu mevcuttur. Virüsün bulaşma şekline dolayı kritik bir durum söz konusudur. Bu nedenle enfekte olan hastaların bulaşma riskinden dolayı karantinaya alınmaları gereklidir. Hastalığının farkına varamayan kişiler günlük yaşamlarını sürdürürken diğer kişilere de bulaştırma riski oldukça yüksektir (Yalaman Engin, 2023: 7). Dünya Sağlık Örgütü bu hastalığı yeni tip bir virüs olarak nitelendirmekle beraber 2020 yılının Ocak ayında bu virüsü ‘SARS-CoV2’ şeklinde adlandırmıştır. Aynı yıl Şubat ayında ise salgın ‘Covid-19’ pandemisi şeklinde tanımlanmaya başlamıştır. Hastalığın isim sistemi; korona: ‘CO’- virüs: ‘VI’- hastalık: ‘D’ şeklinde kodlanmıştır. Hastalığın kısa sürede uluslararası boyuta ulaşmasından dolayı halk sağlığı sorunu kabul edilmesiyle Ocak 2020’de Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi (salgın) ilan edilmiştir. 3 ay içerisinde tüm dünyaya yayılan bu virüs nedeniyle hasta sayısı oldukça artmış ve ölümler çoğalmaya başlamıştır. Bunun sonucunda devletler tarafından toplum sağlığını korumak üzere tedbirler alınmaya başlamıştır. Bu tedbirler öncelikle salgının yayılımını durdurmaya yönelik olan; seyahat ve sokağa çıkma yasakları, şehirlerin karantinaya alınması şeklinde uygulamaya alınmıştır. Hastalığın ortaya çıkış tarihi; 19 Aralık 2019’dur. Bu tarihten 12 Mayıs 2020 tarihine kadarki süreçte dünyada yaklaşık 300 bin insan virüs nedeniyle hayatını kaybetmiş, 4 milyon insan da enfekte olmuştur. Ortaya çıkış tarihi ile uluslararası boyuta ulaşması arasındaki süre oldukça kısadır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) verilerine bakıldığında bu virüsün

ortaya çıkışından günümüze dek geçen zamanda yaşanan kritik gelişmeler şu şekilde sıralanabilmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2020: 6):

- Hastalığın ortaya çıkması ve ilk ölüm gerçekleşen vakanın teşhisi (31 Aralık 2019)
- Dünya Sağlık Örgütü'nün hastalığı yeni tip bir virüs olarak nitelendirmesi (5 Ocak 2020)
- Amerika Birleşik Devletleri'nde virüs nedeniyle ilk hastalığın ortaya çıkması (31 Ocak 2020)
- Çin haricinde Filipinler' de virüs nedeniyle ilk ölümün olması (2 Şubat 2020)
- Covid-19 hastalığı sonucunda ölen kişilerin sayısının, SARS virüsünden ölenlerin sayısını geçmesi (9 Şubat 2020)
- Virüs sebebiyle ortaya çıkan hastalığın 'COVID-19' şeklinde isimlendirilmesi (11 Şubat 2020)
- Hastalıkla mücadele edebilmek adına Dünya Sağlık Örgütü tarafından dünyaya tedbir alma çağrısı yapılması (22 Şubat 2020)
- Virüs nedeniyle küresel boyutta ölüm oranları arttığından sınırların kapanması, ulaşım ve sokağa çıkma yasaklarının uygulanması (Mart 2020)
- Virüs nedeniyle küresel boyutta ölüm vakalarının 30 bini geçmesi (29 Mart 2020)
- Dünyada pandemiyle mücadele üzerine alınan tedbirlerde azalma olacağının açıklanması (Nisan 2020)
- Ölüm sayılarının Birleşik Krallık'da 30 bin, Afrika kıtasında 40 bin'e ulaşması (5 Mayıs 2020)
- Aşı üzerine yapılan çalışmaların hızlandırılması (Mayıs 2020)
- Rus aşısının resmen onaylanması (Ağustos 2020)
- 55 gün gibi bir sürenin ardından Çin'de ikinci dalga sürecinin başlangıcı (11 Haziran 2020)
- Biontech aşısının bulunması ve resmen onaylanması (9 Kasım)
- Dünyada Covid-19'un ikinci dalgasının yayılmaya başlaması (Kasım 2020) (Yalaman Engin, 2023: 8).

2.2. Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının Lojistik Sektörüne Etkisi

Covid-19 virüsü ortaya çıktığı günden beri pek çok mali kayıp yaşanmıştır. Bu kayıplar gösteriyor ki sağlık nedeniyle ortaya çıkan krizlerin aşılabilmesi için finansal nedenlerden kaynaklanan krizlere oranla daha uzun bir süreye gerek duyulmaktadır. Yapısal anlamda farklı tedbirler alınması gerekliliği söz konusu olmaktadır. Finansal nedenler sebebiyle yaşanan mali kayıplarda ticari faaliyetlerde yenilemeye gidilerek güncellemeler yapılması sonucunda daha kısa sürede bu kayıplar çözüme ulaştırılabilirken, hayati kayıpların yaşandığı durumlarda iş gücü veriminde azalmalar meydana gelmesiyle bu azalmaların telafi edilmesi daha uzun zaman alacak ve bir süreç oluşturacaktır. Sağlık nedenli ortaya çıkan krizlerde alınan tedbirler direkt olarak insanların günlük yaşamını etkilemektedir. Örneğin teması azaltma tedbiri direkt olarak yaşamsal faaliyetleri de kısıtlayıcı bir tedbir olmasından dolayı iş süreçlerini de doğrudan etkilemektedir. Aynı zamanda salgın nedeniyle alınan tedbirlerin yüksek maliyetli olması ve zamanda belirsizlik oluşturması tedbirlerin hızlı bir şekilde alınmasını güçleştirmektedir. Bunun sonucunda da daha fazla olumsuzluklar yaşanması kaçınılmaz olmaktadır (Taşolu, 2022: 82).

Bunun yanı sıra Covid-19 salgını yaşamın pek çok sahasını olumsuz yönde etki altına alırken, süreç ile mücadele etmek durumunda olan lojistik sektörü üzerinde de büyük bir baskı kurmuştur. (<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr>, 2022). Bu bağlamda lojistik işletmeleri, ulusal ve uluslararası sınırlar içerisinde salgından doğrudan etkilenmişlerdir. Ticaretin kolaylaşmasına önemli ölçüde katkıda bulunan lojistik işletmeleri malların müşteriye ulaştırılmasına yardımcı olmaktadır. Ancak salgın sektör içinde tedarik zinciri aksamalarına neden olarak, rekabet gücü ve ekonomik büyümeyi de doğrudan etkilemiştir. Salgının etkisi artarak büyürken her an yeni bilgiler güncellenmekte ve her yeni bilgiye göre farklı önlemler alınma yoluna gidilmektedir. Avrupa Birliği ülkelerinde alınan sıkı önlemler, 14 ülkede sınır kapılarının kapanması ve bu sayının hızla artması, dolayısıyla geri dönmeyen konteynerler gibi sebeplerden navlun fiyat artışları meydana gelmektedir. Dünya ekonomisine yön veren birçok ülkenin kendilerini korumak amacıyla sınırlarını insan ve yük geçişlerine tamamen ya da kısmen kapatması taşıma

türlerinin doğrudan olumsuz etkilenmesine neden olmuştur (Özkan ve Acar, 2022:395).

Salgının etkisinin tüm dünyaya yayılmasıyla küresel ekonomide de düşüş yaşanmaya başlamıştır. Küresel ticarete büyük bir azalma olmuştur. Bunun sonucunda ülkeler ithalat-ihracat yapamayacak noktaya gelmişlerdir. Özellikle yoğun ticaretin gerçekleştiği ülkelerde sektörler salgından olumsuz yönde etkilenmiştir ve bu sektörler içerisinde lojistik sektörü de başta gelmektedir. Lojistik sektörü, ülkelerin önemli ekonomik kalkınma aracı olmakla beraber sürdürülebilirliğinin sağlanması da güven ve istikrardan geçmektedir. Covid-19 salgını etkilerinin küresel boyutta yaşanmasından dolayı lojistik sektöründe dalgalanmalar meydana gelmiş ve dolayısıyla ekonomik kayıplar yaşanması da kaçınılmaz olmuştur çünkü lojistik sektörü ithalat ve ihracata konu tüm ürünlerin tüketiciye ulaştırılması noktasında dış ticaretin önemli bir kolu olmaktadır (Akçacı ve Çınaroğlu, 2020:449).

Çin, birçok ülkenin önemli tedarikçisi konumundadır ve vaka sayılarındaki hızlı artış nedeniyle tedarikçi rolünü gerçekleştirememesi Batıdaki ülkelerin birçok sektörde üretimlerini durma noktasına getirmiştir. Çin ihracatında düşüş yaşanmış, nakliye hatlarında seferler iptal edilmeye başlanmıştır. İthalat-ihracat dengesizliğinin oluşması, maliyetlerin artmasına bu da tüm ithalat ve ihracat süreçlerinin olumsuz etkilenmesine sebep olmuştur. Salgın, havayolu taşımacılığında kısıtlamalar ve talep daralmaları nedeniyle seferlerin durma noktasına gelmesinden dolayı olumsuz etkiler yaratmıştır (<https://btsoekonomi.com>, 2021). Bunun yanında, karayolu taşımacılığında ülkeler arası sınır giriş ve çıkışlarında ek kontroller yapılması nedeniyle araç kuyrukları oluşmuş, bu durum gecikmelerin yaşanmasına sebebiyet vermiştir. Gecikmeler ise navlun fiyat artışlarını peşin sıra getirmiştir. Denizyolu taşımacılığında ise koronavirüs nedeniyle 2020 yılının ilk çeyreğinde Asya-Avrupa arası ticaret gemilerinin yarısı iptal edilmiştir. Çin'den hammadde taşıyan gemiler salgın sebebiyle limandan geç ayrılmak durumunda kalmış, gemide bulunan yükler geç tahliye edilmiş veya edilememiş bunun sonucunda Çin'den gelen ürünlerin gecikmesi nedeniyle navlun artışları meydana gelmiştir (Akçacı ve Çınaroğlu, 2020: 451).

Salgının etkilerinin lojistik sektörü içerisindeki taşıma türlerine bakılarak ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekirse şu şekilde açıklanabilir (Senir ve Büyükkelik, 2020: 642-643):

- Kara yolun taşımacılığında, ülkelerin sınır kapılarını kapatması ile ihracata konu yüklerde gecikmeler, sınır kapılarında oluşan tır kuyruklarından dolayı geri dönemeyen konteynerler nedeniyle navlun artışları yaşanmaktadır.
- Küresel ticaretin taşıma noktasında büyük bir kısmı denizyolu ile gerçekleşmektedir, denizyolu taşımacılığında yaşanan herhangi bir gecikme veya aksama yük akışlarını, dolayısıyla da tedarik zincirlerini olumsuz etkilemektedir. Covid-19 salgını dünyadaki gemiler, liman ve mürettebat ilgili kısıtlamalara sebep olduğundan, deniz yolu taşımacılığı aksamalar yaşanmaktadır
- Havayolu taşımacılığına bakıldığında uygulanan kısıtlama ve yasaklar nedeniyle yolcu uçuşları iptal edilmiş ve bu yolcu uçaklarıyla taşınan kargo hacmi piyasadan çekilmiş olup kargo uçaklarına olan talep nedeniyle kargo taşıma maliyetleri önemli oranda artmıştır. Talebin artmasındaki bir diğer sebep ise denizyolu taşımacılığındaki gecikmelerden dolayı yetişmesi gereken kargoların havayolu taşımacılığına yöneltilmesidir.
- Demiryolu taşımacılığında fiziki bir temas yok denecek kadar az olduğundan, Covid-19 salgınının demiryolu taşımacılığı üzerindeki etkisi de az olmuştur ve bu dönemde demiryolu taşımacılığının önemi anlaşılmıştır.

Pandemi nedeniyle insanlar pek çok alışkanlıklarından vazgeçmiş olsalar da, gıda, hijyen malzemeleri, maske, eldiven gibi koruyucu kişisel malzemeler, salgına yakalananların tedavisi için gerekli ilaçlara olan talep artmıştır. Salgın sebebiyle insanların bu ihtiyaçlarını gidermek amacıyla üreticiler ve lojistik sektörü çalışmaya devam etmiştir. Sürecin kahramanları şüphesiz ki sağlık sektörü çalışanlarıdır. Fakat

lojistik sektörü de bu dönemde göz ardı edilemeyecek seviyede önemli rol oynamış ve dünya düzeni içerisinde olmazsa olmaz bir sektör olduğunu bir kez daha kanıtlamıştır. Pandemi dönemine bakıldığında tıpkı sağlık çalışanlarında olduğu gibi lojistik çalışanlarının da süreçte elinin olmamasının sistemi zarara uğratacağı ortaya çıkmıştır. Nitekim halk sağlığında dahi lojistik faaliyetlerin önemi büyüktür (Özenir ve Nakıboğlu, 2020: 203). Covid-19 döneminde maddi ve manevi her açıdan toplum ve insan sağlığını korumanın önemi bir kez daha anlaşılmıştır. Bu gibi olağandışı olan ekonomik, ticari vb. açıdan ülkeleri her yönden ve önemli seviyede etkileyen salgın kaynaklı krizlere karşı mali tedbirler alınması oldukça önemlidir. Covid-19 salgını bunun önemini ülke yönetimleri açısından bir kez daha ortaya koymuştur. Taşımacılık sektörü, özellikle üretilen herhangi bir ürünün dünyanın bir ucundan diğerine ulaştırılmasını sağlaması ile ülkeleri birbirine bağlayan ağ konumundadır. Bu salgın açısından da bu şekilde tezahür etmiş olup, üretilen aşının dünyanın diğer ucundaki ülkeler tarafından da tedarik edilmesine taşımacılık faaliyetleri olarak sağlamıştır. Bu sebeple taşımacılık sektörünün tüm dünya açısından hayati öneme sahip olduğu bilinmektedir. Covid krizinin ardından ülke yönetimleri açısından çıkartılan ders niteliğindeki konulardan biri de sağlık ve taşımacılık sektörüne yapılan yatırımlardır. Dolayısıyla ülke yönetimlerinin bu sektörlerle olan yatırımlarını arttırması gerektiği Covid-19 krizi sonucunda ortaya koyulmuştur. 2019 yılında pandeminin ilanından Aralık ayına dek olan sürede, salgının tüm dünya kamuoyunda duyulmasıyla, tehlikenin hızla yayılmış olmasıyla dünya kamuoyu ve ekonomik piyasalarda bir panik hali ortaya çıkmıştır. Olumsuz etkileri günden güne dünyaya yayılmaya devam eden Covid-19 salgını taşımacılık sektöründe de bir endişe yaratmıştır. 2020 yılına gelindiğinde ise salgının etkileri oldukça önemli oranda artmış ve dünya kamuoyu da bu duruma karşı riskli olduğunu bilse dahi alışkanlık göstermeye başlayarak günlük yaşamına devam etmek durumunda kalmıştır. Buna bağlı olarak da dünyada taşınan malların hacmi ufak bir artış göstermiştir (Taşkolu, 2022: 83).

TT Global Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Akın Arslan, sektöre dair değerlendirmesinde; dünyanın Covid-19 krizine hazırlıksız şekilde yakanlandığını ancak bunun yanında yine Covid-19'un dünyanın lojistik endüstrisinin ne denli

önemli olduğunu görmesini sağladığını belirtmiştir. İnsanların hayatlarına evden devam edebilmesinin üretimin devam etmesine ve buna bağlı olarak taşımaların gerçekleşmesinin de yadsınamaz derecede önem arz ettiğini vurgulayarak, 2020 yılında hem ulusal hem de uluslararası anlamda lojistik endüstrisinin bir ülkeyi ayakta tutabilen, hayatına devam etmesini sağlayan, insan ihtiyaçlarını karşılayan, küresel ticareti devam ettiren önemli bir sektör olduğunun da Covid-19 sayesinde herkes tarafından kabul gördüğünü açıklamıştır. Pandemi ile lojistik sektörünün hayati öneminin bir kez daha ortaya koyulduğunu belirten Arslan, yalnızca aşının dahi sektör içerisinde büyük bir dinamik yarattığını ve yıllık bazda trilyon dolara ulaşan yeni bir dinamizmin ortaya çıkmasına öncü olduğunu vurgulamıştır. Dünyanın yanında pandemi süreci Türk lojistik sektörüne de bir hareket getirdi diyen Arslan, bir üretim üssü olarak görülen Türkiye' nin talep artışı sonucunda lojistik performansını başta gıda ve hijyen ürünleriyle arttırdığını, e-ticaretin ve iç-dış talebin gelişimiyle Türkiye'de de hızlı ve önemli bir atak olduğunu, 2 kattan fazla büyüme ile %15 seviyelerine çıkarak lojistik sektöründe hareketlenme sağladığını açıklamıştır. Sanal mağazaların ve evlere servisin ortaya çıkması, evlerin ofislere dönüşmesi tüketimi de tetikleyerek artışa neden olmuştur. Türkiye'de e-ticaret kanalları ve sanal market alışverişleri hızla büyümüştür ve 5 yılda gerçekleşmesi beklenen bu e-ticaret pazarının büyümesi yalnızca 11 ay içerisinde gerçekleşmiştir. Türkiye'nin pandeminin ardından lojistik ve üretim açısından yakaladığı gücü arttırarak devam ederse oldukça önemli bir noktaya gelerek yeni fırsatlar yakalayacağı ön görülmektedir (<https://www.lojiport.com/>, 2023).

Salgın döneminde eşyalar ve insanların hareketliliğinde yavaşlama söz konusu olup, lojistik sektörü açısından ise denizyolu ve havayolu trafik akışının durma noktasına gelmesi hizmetlerinde durmasına yol açmıştır. Özellikle Çin'deki üretimin durdurulmasından dolayı arz-talep dengesi bozulmuştur. Bunun sonucunda sevkiyatlarda aksama, belirsiz tedarik zinciri, lojistik maliyetlerinin artması ve finansal anlaşmalarda gecikmeler ortaya çıkmıştır. Planlama ve öngöründe bulunmanın zor olduğu bu sürecin ardından 2021 yılına bakıldığında salgın kısıtlamalarının azalması ile taşımacılık hizmetlerine olan talepte artış görülmüştür. Lojistik sektörü bu anlamda bir toparlanma sürecine başlamıştır. Hatta rakamlara

bakıldığında salgın öncesi döneme oransal olarak yaklaştığı da belirtilmiştir. Aynı zamanda salgın, dijital bir dönüşüm başlatmış ve yeni iş modellerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Süreç içerisinde otomasyonlar, fiziksel teması azaltan tedbirler ortaya çıkmıştır. Bunlara örnek olarak; gümrük aşamalarında iyileştirme, gümrük beyanlarının dijital ortamda yapılmaya başlanması ve limanların otonom hale gelmesi verilebilmektedir (Özkan ve Acar, 2022: 395). Hayatın her alanında hızla köklü değişikliklere sebep olan Covid-19 salgını, lojistik sektöründe de büyük değişiklik hatta dijital dönüşüm gibi yeniliklere sebep olmuştur. Covid-19 tüketici davranışlarını değiştirmesiyle dijitalleşme gibi önemli bir kavramın gelişimini olumlu yönde etkilemiştir. Geleceğin trendi olan dijitalleşme pandemi sürecinde oldukça hızlanmıştır. Pandemi süreci içinde dijitalleşmeyi sağlayabilen firmalar önemli düzeyde rekabet üstünlüğü kazanmışlardır. Çünkü birçok alanda yerini alan dijitalleşme mutlaka tedarik zincirine bağlanmaktadır ve dijital döngüde lojistik mutlaka kendisini göstermektedir. Lojistikte araç takip sistemleri, barkod ve radyo frekanslı tanımlama sistemleri dijital dönüşüme örnek olarak verilebilmektedir. Lojistik sürece entegre edilen araç takip sistemleri, sürücü yakıt tüketiminden konum ve durum bilgisine kadar pek çok bilgiye saniyeler içerisinde ulaşmayı sağlamaktadır. Diğer yandan barkod sistemleri de paketlerin otomatik ayrıştırılmasından, hangi araçla geldiğine kadar birçok bilgi ile hata oranının minimum seviyelere inmesini sağlamaktadır. Kısaca lojistiğin en büyük destekçilerden biri teknolojidir ve pandemi döneminde teknolojinin faydaları ön plana çıkarak kullanımının yaygınlaşmasıyla kolaylıkları da beraberinde getirmiştir (<https://www.kargohaber.com/>, 2023).

Dijitalleşme ile bu değişime uygun yeni iş modelleri hayata geçirilmeye başlanmıştır. Lojistik sektöründeki tüm paydaşlar esnek çözümler üretmeye çalışarak hizmet vermeye başlamışlardır. Yeni bir tecrübe yaşanırken, dijitalleşmeye yatırım yapan ve değişime ayak uyduran lojistik işletmelerinin 2021 yılı içerisinde rekabette avantaj kazanacakları öngörülmüştür (<https://www.lojistikkulubu.ist>, 2021). Covid-19'un uluslararası ticarete ve iş süreçlerine olan etkisi lojistik açısından da dijital dönüşüm baskısını arttırmıştır. E-ticaret öngörülemeyen bir seviyede ve hızla büyüme göstermeye devam etmektedir. Pandemi sadece e-ticarette hızla büyümeyi

değil tedarik zincirinde de bir ivmenin kazanılmasına sebep olmuştur. İnovasyona hızlı şekilde ayak uyduran ve yeni teknolojileri en hızlı biçimde iş süreçlerine dahil ederek yaygınlaştıran ve iş gücünü de bu teknolojilere uyumlu olarak geliştirenler sektör içerisinde rekabet avantajını elde etmeyi öngörmüşlerdir. Covid-19 ile beraber lojistik alanında gerçek zamanlı ve konum tabanlı nakliye raporlaması, uçtan uca operasyon yönetimi gibi dijital dönüşümler en hızlı şekilde gerçekleşmiş ve sektörde dijitalleşme üzerine yapılan çalışmaların birkaç yıl daha ileri noktaya taşınması sağlanmıştır. Kamyon ile giden yük ve kamyon eşleştirmesinde arttırılmış zeka uygulaması, sürücü performansları, yükün canlı olarak izlenmesi, parsiyel yük optimizasyonu, veri analitiği vb. yeniliklerin lojistik sektörü açısından dinamik bir büyümenin olduğunu ve bu büyüme ile yeni normalin oluştuğunu göstermektedir. Lojistik işletmelerinin bu yeni normal ile teknoloji işletmelerine doğru dönüşüm göstereceği öngörülmektedir (<https://www.lojiport.com/>, 2023).

2.3. Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Döneminde Havayolu Taşımacılığı

Covid-19, insan sağlığı ile beraber dünyada birçok sektörü de etkisi altına almıştır. Sokağa çıkma yasakları ve uluslararası geçişlerin durdurulması sonucunda hava yolculuklarında oluşan azalmalar ile beraber pandemi etkisinin en çok görüldüğü sektörlerden biri olarak havayolu taşımacılığı da yerini almıştır. Ulaştırma sektörü hangi taşıma tür etkin olursa olsun küresel ticareti ve ekonomiyi dolayısıyla da ülkelerin refah düzeylerine direkt olarak etki etmektedir. Covid-19 ile beraber tüm ülkeler tarafından bazı tedbirler alınmış ve bu tedbirler arasında bulunan ülkeler arası seyahatlerin durdurulması öncelikle havacılık sektöründe doğrudan vurucu bir etki yaratmıştır (Öçal, 2022: 264).

Covid-19'un tanınmasının ardından dünya düzeninde değişiklikler baş göstermiş, ekonomik dar boğazlar yaşanmaya başlanmış ve birçok sektör, daha önce deneyimlenmemiş sorunlar ile karşı karşıya kalmıştır. Bununla birlikte, insanların yaşam, örgütlerin ise işleyiş biçimlerinde büyük değişiklikler meydana gelmiştir. (Akca, 2020: 46). Covid-19 salgını, Dünya Sağlık Örgütü'nün Covid-19 virüsünü hayati riskler taşıdığı, ölümcül olduğu ve hızla yayıldığından dolayı pandemi ilan etmiştir ve bu nedenle küresel krize dönüşmüştür. Virüsün dünyada hızla ve artarak

yayılmasının sebeplerinden biri de uzun mesafelere seyahat için havayolunu tercih eden yolcuların virüsü diğer ülkelere taşıyarak hızla yaymasıdır. Bu durumun engellenebilmesi içinse Dünya Sağlık Örgütü'nün tavsiyesi ile birçok devlet virüsün yayılma hızını azaltmak için hava kapılarını diğer ülkelere kapatmış, vatandaşlarına seyahat etme yasakları getirmiş ve zorunlu durumlarda diğer ülkelere yapılacak olan giriş çıkışlar için özel bazı şartlar ortaya koymuştur. Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilmesiyle birlikte salgının ortaya çıkardığı panik ve güvensizlik ortamı ülkeleri kapanma önlemleri almaya itmiştir. Salgının en çok etki yarattığı sektörler arasında bulunan hava taşımacılığı sektöründe de ülkeler tarafından alınan tedbirler hızla arttırılırken havayolu kapıları da diğer devletlere kapatılarak operasyonel ve ekonomik anlamda zorlukların yaşanacağı bir döneme başlangıcın ilk adımı atılmıştır (Taşolu, 2022: 85).

Covid-19 pandemisinden en çok etkilenen sektörler dair McKinsey ve Company tarafından yapılan araştırmaya göre;

1. %40 - Ticari Havacılık
2. %36 - Havacılık Seyahati
3. %34 - Petrol Gazı
4. %22 - Sigorta Şirketleri
5. %21- Otomotiv şeklinde sektörlerin olumsuz etkilenme yüzdeleri aktarılmıştır (Şen ve Bütün, 2021: 107).

Bunun sonucunda ticari havacılık ve havacılık seyahati pandemi sürecinde en çok sorun ile karşılaşan sektörler olarak bilinmektedir. Bunun yanında Uluslararası Havacılık Örgütü (ICAO) verilerine göre de 2020 yılı içerisinde uluslararası ürün ticaretinde 2019' a oranla %5,3 oranında bir düşme olmuştur. 2020 yılı haziran sonunda dünyada pandemiye alışkanlık kazanarak normalleşmeye çalışma durumu başlamıştır. Bununla birlikte seyahat ve ticarete koyulan kısıtlamaların kısmi şekilde kalkması ile sınırlar açılmaya başlanmış ve havayolu trafiğinde de yeniden bir hareketlenme olmaya başlamıştır. Fakat salgından olumsuz yönde ve derinden etkilenen birtakım havayolu şirketleri çalışanlarını işten çıkarmaya ve hatta bazıları da iflas ilan etme yoluna doğru gitmek durumunda kalmışlardır (Öçal, 2022: 264).

Salgın döneminden en çok etkilenen ve en çok zarar gören taşıma modu havayolu taşımacılığı olmuştur. Uluslararası yolcu taşımacılığına ara verilmesi havayolu işletmelerini doğrudan zarara uğratarak olumsuz yönde etkilemiştir. Sürecin başında seferler aşamalı olarak iptal edilmiş ancak devamında ülkeler arasında mecburi olmadığı sürece uçuşlar tamamen iptal edilmiştir. Uçuşların iptal edilmesiyle işletmeler maliyetlerini karşılayamadıkları için işçi çıkarmaya gitmek durumunda kalmışlardır. Avrupa’da yük taşımacılığı için havayoluna olan talep artmış fakat yolcu taşımacılığında yaşanan bu azalma önemli problemleri beraberinde getirmiştir. Havayolu işletmelerinin bir kısmı yolcu uçaklarını kargo taşımacılığı için kullanmaya başlamışlardır fakat yine de yolcu taşımacılığındaki azalma ile meydana gelen havayolu taşımacılık sektörünün zararını telafi edecek nitelikte olmamıştır (Özenir ve Nakıboğlu, 2020: 205).

Pandemi hızla yayılmaya devam ederken dünyada devlet yönetimleri ilk kez karşılaşılan bu hastalık karşısında önlemlerini gitgide sıkılaştırmak durumunda kalmışlardır. Karantina uygulamaları, sosyal izolasyon ve mesafe kuralları, ev izolasyonu gibi sıkı önlemler bunlardan birkaçıdır. Bunlarla beraber ülkelerde eğitim kurumları gibi önemli kurumların kapatılması, faaliyeti zorunlu olmayan iş alanlarında durdurulmaların olması ve belirli etkinliklerin (konserler ve festivaller, spor ve olimpiyatlar, konferanslar, fuarlar gibi) sonlanması önlemleri de alınmak durumunda kalınmıştır. Ulaştırma ve turizm sektörüne dair belirli önlemlere örnek olarak; günlük ziyaretler, iç turizm ve hava taşımacılığını da içerisine dahil eden bölgesel ve küresel seyahatlerin durdurulması gösterilebilmektedir. Pandemi karşısında alınan tedbirler tüm dünya ülkelerinin ekonomisini de doğrudan etkileyerek ciddi sorunlar ile karşılaşılmasına yol açmış ve küresel bir depresyon şeklinde nitelendirilebilecek düzeyde zorluklar yaşanmasına neden olmuştur. Covid-19 pandemisinin en çok sıkıntıyla karşı karşıya bıraktığı ülkeler dünyanın en güçlü 10 ekonomisine sahip ülkeler olarak bilinmektedir. Ekonomisi en güçlü ülkelerin doğrudan etkilenmesi dolayısıyla bu ülkelerin ekonomik sıkıntısı diğer ülkelere de önemli sıkıntılar yaşatacak şekilde sirayet etmektedir. Pandeminin yoğun etkileri özellikle havacılık, turizm ve konaklama gibi hizmet sektörleri veren işletmeler üzerinde hissedilmektedir. Ülkeler arasında gerçekleşen taşımacılıkta meydana gelen

düşüş, sınırların kapanması ve seyahat engelleri hizmet sektörü alanındaki işletmeleri ekonomik açıdan büyük sıkıntılar ile karşı karşıya bırakmıştır (Avgan, 2022: 39).

Covid-19'un negatif etkileri tüm sektörlerde kendini göstermeye devam ederken dünyada ve Türkiye'de de en çok zararı yaşayan sektörlerden biri havayolu taşımacılık sektörü olmuştur. (Akçacı ve Çınaroğlu, 2020: 452). Bu süreç içerisinde salgın sebebiyle ulaşım ile ilişkin olağan dışı durumlar da kendini göstermiş ve aşamalı olarak birtakım önlemler alınmaya başlanmıştır. İlk olarak salgın riskinin fazla olduğu ülkelere uçuşlar iptal edilmiş ve 27 Mart 2020 itibariyle kargolar ve yurtdışında kalan kişilerin geri getirilmesi haricindeki bütün dış uçuşlar iptal edilmiştir. 04 Nisan 2020 tarihi itibariyle ise tüm iç hat uçuşları da iptal edilmiştir. Haziran ayının başından itibaren normalleşme süreci kararları ile yeni düzenlemeler gündeme gelmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak 01 Haziran 2020' de iç hatlarda ve 11 Haziran 2020' de ise dış hatlarda belirli ülkelere uçuşlar başlamıştır. Bulaşıcı hastalıkların tarih boyunca önemli bir tehdit olarak varlığı bilinmektedir. Yayılım hızı, coğrafi açıdan etki alanının geniş olması ve bununla birlikte temas ettiği insan sayısı da günden güne artmaktadır. Bulaşıcı hastalıkların diğer taşıma sistemlerine göre havayolu taşımacılığı ile olan en ayırıcı bağlantısı ise salgının yayılım hızına olan etkisidir; havayolu taşımacılığı hastalığın daha geniş alanlara hızlı bir şekilde dağılmasına sebebiyet vermektedir. Havayolu taşımacılığında önceki dönemlerde diğer ulaşım sistemlerinde seyahat süreleri daha uzundu. Örneğin denizyolu aracılığı ile sağlanan ulaşım sırasında hastalığın belirginleşmesi durumunda karantina vb. önlemler almak mümkün olabilirken, günümüzde havayolu ulaşımı sayesinde mesafeler oldukça kısalmıştır, dolayısıyla henüz kuluçka döneminde olan hastalığın da tespit edilerek önlem alınmasını imkansız hale getirmektedir. Bunun sonucunda ise hastalığın kontrol edilemez biçimde yayılımı söz konusu olmaktadır (Bakırcı, 2020:48).

Havayolu aracılığıyla taşınan kargoların da hastalık taşıma ihtimalleri net olarak belirlenmemiş olmakla birlikte, kargo taşımacılığı alanında çalışan işçilerin güvenliği ve hastalığı yayma riskinden dolayı havalimanlarının faaliyete kapatılması, salgının yolcu kadar olmasa da kargo taşımacılığı üzerinde de belirli oranda düşüşe

sebebiyet verdiğini göstermektedir. Covid-19 salgını nedeniyle ortaya çıkan değişimler havayolu şirketlerinin önemli düzeyde maddi kayıplar yaşamasına hatta bazılarının ise iflasına sebep olmuştur. Havayolu şirketleri bu maddi kayıplardan en az düzeyde etkilenmek ve bunu telafi etmek için taşıma stratejilerinde köklü değişiklikler yaparak yeni stratejiler belirlemek durumunda kalmışlardır. Havayolu işletmelerinin faaliyette bulundukları sektör oldukça dinamiktir. Buna bağlı olarak işletmelerin sektör çevresindeki değişimleri anlamak, bu değişimlere uyum sağlamak ve yönetebilmeleri de kritik derecede önemlidir. Covid-19 virüsü sebebiyle birçok iş sürecinde yüksek belirsizlik ortamı oluşmuş olup, bu belirsizlik havayolu işletmelerinin sürdürülebilirlik açısından zorluk yaşamasına sebebiyet vermiştir. Sınırların kapanması, ziyaretçi giriş-çıkışının durdurulması, ticari faaliyetlerin kısa süreli aksaklıkları ve karantina uygulamaları gibi belirsizliklerle dolu bir çevrede havayolu işletmeleri varlıklarını sürdürebilmek için pandemi süreci ve sonrası için çeşitli stratejilerini uygun şekilde geliştirmek zorunda kalmışlardır. ICAO - Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü' nün tahminlerine göre normale dönüş sürecine ilişkin en iyimser durumda dahi 2020 yılı aralık ayında hava taşımacılığı sektörü pandemi öncesi rakamlara ulaşamayacağı şeklinde belirtilmiştir. Pandemi sürecinde Türkiye' de bulunan havayolu işletmeleri için hem genel hem sektörel açıdan fırsatlar olarak şunlar gösterilebilir (Karakavuz, 2020: 3585);

- pandemi döneminde hız faktörünün önemli olması nedeniyle hava taşımacılığı ön plana çıkmış ve özellikle medikal malzemeler daha çok hava taşımacılığı ile taşınmıştır.
- Talepte yaşanan azalma ve siyasi gerilimler dolayısıyla petrol fiyatları düşmüştür.
- Türkiye' de diğer ülkelere kıyasla salgın daha az yayılım göstermiştir.
- Türkiye seyahat kısıtlaması uygulamasında bulunmamıştır.
- Diğer ulaştırma modları açısından pandemi riskinin daha yüksek olarak algılanmıştır.
- Belirli hatlarla sınırlı olmak üzere faaliyetlerini sonlandırma durumunda olan havayolu işletmeleri olmuştur. Bu da rekabeti azaltmıştır.
- Devlet havayolu işletmelerine destek sağlamıştır.

Pandemi sürecinde Türkiye’ de bulunan havayolu işletmeleri için hem genel hem sektörel çevrelerindeki tehditler olarak şunlar gösterilebilir;

- Turizm ve küreselleşmeye karşı bakış açıları değişim göstermeye başlamıştır.
- Havayolu işletmeleri açısından yüksek gelir kaynağı olan iş seyahatlerinde azalmalar meydana gelmiştir.
- Pandemi süreci öngörülemeyen düzeyde uzama ihtimali göstermiştir.
- Kabin içerisinde virüse karşı korunma gerekliliğinden dolayı tasarım değişiklikleri yapılmıştır. ,
- Ülkeler seyahat etme durumunda sağlık raporu talebinde bulunmuşlardır.
- Covid-19 testleri ve karantina uygulamalarından dolayı seyahat etme isteğinde azalma meydana gelmiştir.
- Devletler seyahatleri kısıtlamışlardır.

Türkiye’ de bulunan havayolu işletmelerinin pandemi sürecindeki güçlü yönleri şu şekilde sıralanabilir;

- Filo kapasitesinin yeterli düzeyde bulunması,
- İşletmelerde yeterli sayıda nitelikli personellerin bulunması,
- İkram hizmetlerinin çoğunluğunun kısıtlanması ile maliyetlerde azalma olması,
- Havayolu işletmeleri tarafından Avrupa bölgesinde yapılan uçuşlarda kendilerine özel tahsis edilen kotaları aşmaları nedeniyle ödemek durumunda oldukları karbon salınım ücretlerini operasyonlarındaki düşüşten dolayı ödemeyecek olmaları.

Türkiye’ de bulunan havayolu işletmelerinin pandemi sürecindeki zayıf yönleri şu şekilde sıralanabilir;

- Mevcut filo kapasitesinin talebe göre daha fazla olması,
- Ekonomik sıkıntılar nedeniyle işten çıkarmalara gidilmesi sonucunda nitelikli personel kaybı yaşanması,
- Başta yolcular olmak üzere diğer alanlardan gelen gelirlerin azalması,

- Doluluk oranlarındaki düşme nedeniyle birim maliyetlerde artış olması,
- Yolcular ve çalışanlar için oluşturulan kişisel koruyucu donanımların maliyet oluşturması,
- Uçaklara uygulanan dezenfektasyon işlemlerinin maliyet oluşturması

Her havayolu işletmesinin iş modeli, yapısı ve kaynakları birbirinden farklıdır. Covid-19 süreci, havayolu işletmeleri açısından kârlılık artışı veya rekabette avantaj kazanmanın yanı sıra, işletmelerini ayakta tutmaya çabaladığı bir süreç olarak değerlendirilebilir. Bu doğrultuda ise havayolu işletmeleri ayakta durabilmek için kendi yapılarına uyumlu olacak şekilde stratejiler geliştirip benimsemelidir (Dağlar Macar ve Asal, 2020: 230).

2.4. Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Döneminde Hava Kargo Taşımacılığı

Covid-19 döneminde hava taşımacılığı ile uluslararası boyutta taşınan kargoların hacminde önemli oranda düşmeler başlamıştır. İnsanlar salgın nedeniyle yaşam tarzlarında değişikliklere gittiğinden, bazı ülkelerin yönetimleri tarafından evde kalma anonslarının yapılmasından, sokağa çıkma yasaklarının başlamasından dolayı eğitim, iş ve günlük yaşamdaki birçok faaliyetin evden yürütülmeye başlaması ile insanların alışkanlıkları da değişmeye başlamıştır bu değişime işletmeler de dahil olarak insanlara ulaşmanın yeni alternatiflerini geliştirmeye başlamışlardır örneğin alışveriş merkezlerinin kapatılmaı sonucunda mağazalar evlerden alışveriş yapma opsiyonunu müşterilerine sunmak durumunda kalarak hizmetlerine devam edebilmişlerdir (Taşolu, 2022: 88).

Havayolu taşımacılığında yüklerin önemli bir bölümü (%70-80 oranında), yolcu uçaklarının altında taşınmaktaydı. Yolcu seferlerinin iptal edilmesi sebebiyle yolcu uçaklarının gövdesinde taşınan ve havayolu kargo taşımacılığı için önemli bir hacmin ortadan kalkmış olması, kargo uçaklarına olan talebi artırmıştır. Bu durumda da maliyetin yüzde 80'i yolcuya yüzde 20'sini ise kargoya yükleyen havayolları; bir anda bütün uçağın maliyetini kargoya yüklemek durumunda kalmıştır. Havayolları azalan yolcu talebinin karşısında artan kargo ihtiyacından dolayı hızlı bir şekilde yolcu uçaklarını organize ederek kargo taşıma amaçlı olarak kullanmaya

başlamışlardır. Ancak yolcu uçaklarındaki kapasitenin çok azalması sonucu, kargo uçaklarıyla kargo taşıma maliyetlerinin de yüksek olması nedeniyle havayolu taşıma navlunlarında artışlar yaşanması kaçınılmaz olmuştur. Covid-19 salgını döneminde havayolu kargo taşımacılığında yaşanan sorunlar şu şekilde özetlenebilir (UTIKAD, 2020: 55):

- Yolcu uçaklarında iptal edilen seferler nedeniyle bu uçaklarda taşınan yüksek orandaki kargoların taşınamaması durumu ile karşı karşıya kalınmıştır. İlerleyen süreçte artan talep nedeniyle yolcu uçakları kargo taşınması amacıyla kullanılmaya başlandı.
- Havayolları sınırlı sayıda kargo uçağıyla tüm talepleri yerine getirebilmek için maksimum doluluk ve sefer sıklığıyla hizmet vermektedir.
- Kargo uçaklarıyla kargo taşıma maliyetlerinin yüksek olması, havayolu taşıma navlunlarında artışa sebep olmuştur.
- Kargo seferleri ve geçici depolama alanları ile antrepolarda işlemler zor şartlar altında yapılmakta, tüm havayolu şirketleri kargo seferlerini devam ettirebilmek için uçuşların konaklama yapmadan seferlerinin yapılabilmesini sağlamakta, uçuş personelleri ise karantina otellerinde konaklayarak görevlerini yürütmektedir.
- Havalimanları'nda faaliyetlerine devam eden hava kargo acenteleri, düşen iş hacimleri sebebiyle finansal zorluklar ile karşı karşıyadır.
- Havayolu acenteleri faaliyetlerine minimum sayıda personel ile devam ediyor. Özellikle yurtdışı acentelerin faaliyetlerini minimize etmiş olmaları sebebiyle ödemelerin de geciktiği bir dönemde yaşanmaktadır.
- Acentelerin havayollarından aldıkları fiyatlardaki dalgalanmalar ve artışlar, müşterilerine önceden verdikleri taahhütleri sebebiyle sorunlara neden olmaktadır. Fiyatlardaki ve seferlerdeki belirsizlikler sebebiyle havayolu ile taşınan ihracat ve ithalat yüklerinde aksamalar yaşanmaktadır.

- Bu dönemde havayolu şirketlerinin sefer iptalleri sebebiyle havayolu firmaları uçaklarını park etmiş durumdadır ve bir uçağın yerde beklemesi firma için zarar anlamına gelmektedir.
- Personeller gittikleri ülkelerde karantina altına alınabilmektedir. Götürülen ekipmanların geri getirilmesi de sorunlu bir süreçtir. Artan giderler ve daralan taşımacılık operasyonları, havayolu firmalarını da önemli maliyetler ile karşı karşıya bırakmaktadır.
- Ayrıca hava kargo acenteleri taşımasını gerçekleştirdikleri yüklerin taşıma ücretlerini tahsil edememekte ama bunları vadesi geldiğinde IATA üyesi uçak şirketlerinin tahsilat sistemi olan CASS' a ödemek zorundadır.

Covid-19 salgını birçok endüstri üzerinde etkili olurken hava kargo sektörü de bundan nasibini almıştır. Yolcu seferlerindeki düşüşe bağlı olarak kapasite kısıtları 2020 yılı boyunca devam ederken, bu aşamada hava kargo şirketleri müşteri memnuniyeti ve sadakatini de göz önüne alarak pratik bir çözümle yolcu uçaklarında sadece kargo taşıması yaparak alternatif bir yöntem izlemek durumunda kalmışlardır (Adıgüzel, 2020; 65). Hatta bazı işletmeler kargo kapasitesini artırmak amacıyla kabin koltuklarını da çıkarmışlardır. Havayollarının kargo taşımacılığı gelirleri ayakta kalmaya çalıştığı bir dönem yaşanmıştır. Hava kargo taşımacılığındaki talep salgının ilk yarısına göre 2020 yılının ikinci yarısında artış göstermiştir ve kısmi olarak bir toparlanma başlamıştır. Bununla birlikte havayolları salgının ilerlemesinin ardından ihtiyaç duyulan ilaç ve tıbbi ekipmanların sağlanması noktasında hayati ve ekonomik olarak bir cankurtaran görevi görmeye başlamıştır (<https://globelink-unimar.com/>, 2022).

Covid-19 salgınının hava taşımacılığı işletmeleri üzerindeki olumsuz etkileri şu şekilde sıralanabilir;

- Durma seviyesine gelen yolcu taşımacılığından kaynaklanan ekonomik sıkıntılar
- Havayolu taşımacılığına olan güvenin küresel çapta azalışı

- Birleşme veya iflas kararları
- Havayollarının filo faaliyetlerindeki aksaklıklar
- Arz-talep dengesinin öngörülemeyen şekilde gerçekleşmesi sonucunda ortaya çıkan olumsuzluklar
- Salgının bitiş tarihinin belirsiz olması nedeniyle geleceğe dair yapılan planlarda aksaklıklar
- Tüm bunlar sonucunda ortaya çıkan ekstra maliyetler

Covid-19 salgını sonucunda ortaya çıkan olumsuz etkilerin azaltılması için havayolları kendi içlerinde olmak suretiyle hızlı şekilde birçok önlem almışlardır ve havayolu ulaşımına karşı güven artışı sağlayabilmek için bu önlemler uygulamaya geçirilmiştir. 2018-2019 yılları arasında kargo taşıyan havayollarının dünyadaki gelirleri yaklaşık olarak %11 oranında daralma göstermiş olup pandeminin başlangıcı ile salgının en çok etkisini gösterdiği dönem arasında 27,6 milyar dolarlık bir artış meydana gelmiştir. Bu da Covid-19 salgınının hava kargo sektörünü tamamıyla olumsuz yönde etkilemediğini göstermektedir. Hava kargo taşımacılığını olumlu yönde etkileyen faktörler ise şu şekildedir;

- Sokağa çıkmanın yasaklanması, evlerden çalışma sistemi ve uzaktan eğitim sisteminin geliştirilmesi, seyahat yasak ve kısıtlamaları insanların yeni ve daha sana dğnya ile iç içe bir hayat tarzına geçmelerine neden olmuştur.
- İnsanların yaşam tarzı ile birlikte alışveriş alışkanlıklarının değişmesi ile internet alışverişlerinde hareketli bir artış olmuştur.
- Salgın dolayısıyla değeri artan ve ihtiyacı bulunan ülkelere ulaştırılması gereken aşı, solunum cihazları, maske vb. tıbbi ürünlerin tedarik arzında bir yükselme olmuştur (Aydın ve diğerleri, 2021: 13).

Dünyadaki küreselleşme sebebiyle birden fazla ticaret yol ağları oluşmuştur. Bu ağda bulunan uzun mesafeli ticaret yollarında hızlı bozulabilen, kısa sürede taşınması gerekli olan ve taşıma sürecinde özel şartlar bulunduran hassas ve değerli ürünlerin taşınması için hava taşımacılığı tercih edilmektedir. Covid-19 salgını boyunca hava kargo taşımacılığı öngörülemeyen talep artışı ile karşı karşıya kalmış ve taşıma operatörleri de bu duruma oldukça hazırlıksız şekilde yakalanmışlardır.

Fakat öngörülemeyen talep artışları bile Covid-19' un ortaya çıkardığı olumsuzlukları tamamıyla yok etmemiştir. (Taşkolı, 2022: 87).

2.5. Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Döneminde Aşıların Hava Kargo ile Taşınması

Tüm bunların yanında COVID-19 salgın dönemi, lojistik sektörünün ne kadar büyük bir öneme sahip olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur. Sektör salgından olumsuz etkilense de başta tıbbi malzeme ve ilaçlar olmak üzere, ihtiyaç duyulan ürünlerin nihai tüketiciye ulaştırılması noktasında önemli rol oynamıştır. Salgının başından itibaren sağlık ve hijyen malzemeleri başta olmak üzere kısa sürede ve tam zamanında teslimatının ne kadar önemli olduğu bir kez daha anlaşılmıştır. Bu noktada havayolu taşımacılığının kargo taşıma hususundaki hız ve güvenlik faktörü de ön plana çıkmıştır. Aşılar, tıbbi malzemeler, hijyen ürünleri, ilaçlar gibi salgında ortaya çıkan ana ihtiyaçları en hızlı şekilde karşılamak lojistik sektörünün yanında hava kargo taşımacılık sektörünün de dünyada ne kadar kritik bir öneme sahip olduğunun anlaşılmasını sağlamıştır. (Özenir ve Nakıboğlu, 2020: 213).

Virüsün ortaya çıkışı ile beraber virüse karşı aşının bulunması çabaları devam ederken bulunan aşının dünyanın her noktasına ulaştırılması konusu da gündeme gelmiştir. Henüz aşı ortaya çıkmamış olmasına rağmen aşı çıktığında tüm dünyaya dağıtımı, lojistiği ve depolanması gibi konular tartışılmaya başlamıştır. Yapılan araştırmalarda aşının önündeki engeller; aşılama süresi, aşıya direnç, düşük üretim kapasitesi, yetersiz personel, yetersiz soğuk hava depoları şeklinde tespit edilmiştir (<https://tr.euronews.com/>, 2023).

Covid-19 aşılarının taşıma ve dağıtımının önündeki en önemli engel, soğuk zincirin sıcaklığıdır. Bununla beraber aşıların taşımacılık sürecinde; üretim sahalarından kullanılacak olan taşıma modu depolarına (demiryolu, denizyolu, karayolu vb.) ve son depolanma noktasından tıp personellerine ulaşmasına kadar her adımı riskli bir eylem gerektirmektedir. Covid-19 ' dan önemli oranda etkilenen ve zarara uğrayan havacılık endüstrisi krizden kurtulmak adına bir çıkış yolu arayışındayken ve yeni stratejiler ile çözüm yolu bulmayı amaçlarken uluslararası havacılık kurumları aşıların küresel bazda dağıtımına dair çağrılarını başlamışlardır.

Aşıların bulunması ile birlikte süreçte bir hızlanma olmuş ve aşıların lojistiği için çalışmalar da başlamıştır (Şen, 2021: 132).

11 Mart 2020' de dünyada pandemi ilan edilmesine neden olan Covid-19 virüsü yine tüm dünyada uçuşların iptaline neden olmuştur. Fakat bunun yanında havacılık endüstrisinin önemi de anlaşılmıştır. Virüsün ortaya çıkmasıyla beraber havacılık endüstrisi kötüye doğru giderken normalleşme süreci bir yandan kendini göstermiş olup aşılama üzerine çalışmalar da başlamıştır. Bu durumun ardından gündeme gelen aşıların lojistiği başlığı tartışma konusu olmaya başlamıştır. Havacılık endüstrisinde aşıların taşınması ve dağıtılması için gerekli olanakların yerine getirilmesi ile birlikte soğuk zincir lojistiği ön plana çıkmıştır. Covid-19 aşılarının küresel çapta dağıtımı için havayolu tercih edilmesinde etkili olan faktörler;

- Havayolu taşımacılığında yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde sıcaklık kontrollü konteynerler gibi özel ekipmanların kullanılması
- Önemli düzeyde bilgi ve uzmanlıkla iş yürütülmesi
- Kalite yönetim sistemi uygulanması şeklinde sıralanabilir (Şen, 2021: 127).

Hava taşımacılığının, kara- deniz- demiryollarına göre öneminin hızla artması teknolojik gelişmelere bağlı geliştirilen uçaklar ve ekipmanları, hızlı teslimat, uçuş sayılarındaki artışa bağlanmaktadır. Covid-19 dönemi içerisinde havacılık işletmeleri de salgın sebebiyle ortaya çıkan değişimlere uyum sağlamışlardır. Havayolu işletmeleri, hava kargo şirketleri ve uluslararası havacılık kuruluşları tarafından krizden çıkış stratejisi olarak küresel aşı dağıtımı adına önemli çalışmalar başlatmışlardır. Hava taşımacılığının aşıların dağıtımında kilit bir rolünün olmasının sebebi zamana ve sıcaklığa duyarlı dağıtım sistemlerini kullanarak normal zamanlarda dağıtım sağlayabilmesidir. Hava taşımacılığı sektörü her zaman olduğu gibi aşıların taşınması ve dağıtımıyla ilgili de hızlı ve verimli bir hizmet sunması ile ön plana çıkarak değerini göstermiştir. Covid-19 salgınında ortaya çıkan aşı soğuk zinciri; aşıların taşınması ve saklanmasıyla ilişkin en önemli nokta mümkün olan en kısa sürede ve minimum maliyet ile uygun sıcaklığın uygulandığı soğuk zincir faaliyetlerinin gerçekleşmesidir. Covid-19 gibi tüm insanlığı oldukça derinden

etkileyen ve büyük olumsuz sonuçlar doğuran salgın dönemlerinde bu süreci daha kolay aşabilmek adına en kısa sürede en uygun maliyetin sağlanması gerekmektedir. Bu süreçte başarılı olabilmek adına ülkeler ortak bir biçimde hareket etmeli, salgının kolaylıkla ve en kısa sürede sona ermesine çözüm olacak aşılama prosedürlerinin başarılı biçimde yerine getirilmesi için aşı soğuk zincirine uygun araçlarla ve ekipmanlarla, nitelikli ve bilgili insan gücü ile etkili ve güvenli olacak şekilde faaliyetlerin sürdürülmesi gerekmektedir (Gültekin ve Karadağ, 2021: 38).

Birçok şirketin personel çıkarmaya gitmesinden dolayı, Covid-19 döneminde insan gücü, hava kargo terminali operasyonel süreçleri açısından en önemli konu haline gelmiştir. Burada insan kaynakları departmanına düşen görev ise yönetimini çok iyi hazırlaması gerektiğidir. Hava kargo hacmindeki belirsizlikler nedeniyle insan kaynakları tarafından insan gücü yönetimi de zorlaşmaktadır. Elleçleme süreci ve yüklerin terminale teslim süresi (cut off) de insan gücünün ardından önem arz eden diğer konular haline gelmiştir. Covid-19 aşısı, sıcaklık kontrolü ürünü olarak görülmesinden dolayı, tıpkı özel yükler gibi taşınmasında bazı değişiklikler gerektirmektedir. Hava kargo sektöründe donmuş kargo taşıma deneyimi bulunmadığından bu durum kargo terminallerindeki birçok işlem süresini de değişime götürmektedir. İnsan gücü, elleçleme süreci ve yüklerin terminale teslim süresi (cut off) faktörleri öncelikli olarak kargo terminali operatörlerini daha sonra da tüm paydaşları ilgilendiren önemli faktörlerdir. Bu zorlu pandemi döneminde havayolu şirketlerinin birçoğu işten çıkarmaya giderek maliyetlerini düşürmüşlerdir. İnsan gücünün azalması sonucunda hava kargo terminalindeki belirsiz taleple mücadele etmek için mevcutta bulunan insan gücünün optimize edilmesi gereklidir. Özel aşının işlem sürecinde yetenekli insan gücüne de ihtiyaç vardır. Bu insan gücünün süreçteki yeri göndericilere, alıcılara ve taşıyıcılara sunulan hizmetin kalitesini ve elleçleme sürecindeki akışı etkilemektedir. Bunun yanında, hava kargo taşımacılığında zaman her aktör için önem arz eden bir konudur. Ürünlerin havayolu aracılığıyla taşınması daha az taşıma kapasitesi ve daha pahalı lojistik maliyeti demektir. Göndericiler, ürünlerini varış noktasına istenilen zaman içerisinde ulaşması çok önemli olduğundan veya daha kısa süre içinde teslimatın tercihen önem arz etmesinden dolayı havayolunu kullanmaktadırlar. Daha kısa teslim süresi, özellikle

Covid-19 aşısının sevk edilmesi durumunda, taşıyıcıların yeni ürünleri üreticilerden havalimanlarına taşımak için zamanı olmalarından dolayı fayda göstermektedir. Kargo terminalinin havayolu transit / transfer süresini kısaltmak için elleçleme sürecini gözden geçirmesi gerekmektedir. Kargo terminali operatörleri tarafından havayollarına en iyi hizmetin sunulabilmesi için uygun elleçleme hizmeti de gereklilik arz etmektedir. İnsan gücü, elleçleme süreci ve daha kısa teslim süresi (cut off) havayollarına ihtiyaç duydukları zamanlama faydasını sağlamaktadır. Kargo terminalleri, havayollarını, taşıyıcıları, göndericileri ve alıcıları memnun edebilmek adına bu üç faktörü ciddiye almalı ve göz ardı etmemelidir (Rodbundith ve Sopadang, 2021: 6694).

2020 yılının sonunda ortaya çıkan rakamlara bakıldığında ulusal ve uluslararası birçok e-ticaret işletmesi karlılık oranlarını oldukça arttırmakla birlikte hava kargo endüstrisinin öneminin anlaşılacak büyümesine etki etmiştir. Uluslar arası boyutta Covid-19 aşı dağıtımı havayolu şirketlerinin filolarını PAX-FREE (kargo uçağına dönüştürülmüş yolcu uçağı) seferleri şeklinde dönüştürmesi ile karlılığı artırarak yeni bir iş modelini de hayata geçirmeyi sağlamış olacaktır (Öçal, 2022: 261).

Durmaz tarafından 2010 yılında Kütahya’da yapılan ‘Lojistik Ulaştırma Faaliyetlerindeki Hizmet Kalitesinin Müşteri Değeri Yaratmadaki Rolü: Kütahya Yurt İçi Kargo Şirketinde Bir Uygulama’ adlı tez çalışmasında lojistik taşıma faaliyetlerindeki hizmet kalitesinin müşteri değerine olan etkisini belirlemek amaçlanmış ve anket yöntemi ile toplanan verilere göre; lojistik taşıma faaliyetlerindeki hizmet kalitesi etkinliğinin müşteri değeri üzerine etkileri olduğu ve müşteri beklentilerinin tam olarak karşılanamadığı gözlemlenmiştir (Durmaz, 2010: 204).

Songur tarafından 2016 yılında yapılan ‘Kargo Taşımacılığında Hizmet Kalitesi ve Kurumsal Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Konya İli’nde Bir Araştırma’ adlı tez çalışmasında kurumsal müşterilerin kargo hizmetlerine yönelik memnuniyet düzeylerini ölçmek amacıyla, yüz yüze anket yöntemi kullanılarak Konya İli Organize Sanayi Bölgesi’nde faaliyette bulunan sanayi işletmelerinin

kargo faaliyetleri ile ilgilenen departman yetkililerinden veriler toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda sanayi işletmelerinin kargo taşımacılığı hizmetlerinden beklentilerinin yüksek olduğu ve işletmelerin almış olduğu hizmetlerle ilgili algı ve kurumsal müşteri memnuniyetlerinin beklentilerini karşılamadığı ortaya koyulmuştur (Songur, 2016: 82).

Topal ve Şahin tarafından 2019 yılında ‘Kurumsal Kargo Taşımacılığında Müşteri Memnuniyetinin Araştırılması’ adlı bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada kurumsal müşterilerin kargo hizmetlerine yönelik müşteri memnuniyet düzeylerini ölçmek üzere kolayda örnekleme yöntemi ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak, anket formu ile veriler toplanmıştır. İzmir, İstanbul, Eskişehir ve Uşak illeri sınırları içindeki firmalarda çalışan kişilerden toplanan veriler sonucunda, İstanbul ve Uşak illerinde kargo hizmetlerinin müşterilerin beklentisinin çok altında olduğu, Eskişehir ve İzmir illerinde ise beklentinin önemli ölçüde karşılandığı belirlenmiştir. Müşterilerin kargo firmalarının hizmetlerinden genel itibariyle memnun kaldıkları ve hizmetlerin beklentilerinin üzerinde olduğu görüşünü destekledikleri sonucuna ulaşılırken kargo firmalarının, müşteri hizmetlerinin ideale yakın olduğu görüşünü desteklemedikleri sonucuna ulaşılmıştır (Topal ve Şahin, 2019: 11).

2022 yılında hava kargo endüstrisinin Covid-19 sürecinden nasıl etkilendiğini araştıran ‘Pandemi Döneminde Hava Kargo Endüstrisi; Sektörel Bir Araştırma’ adlı çalışma Rodoplu ve Kanat tarafından yapılmıştır. Araştırmalarının sonunda, pandemi döneminde hava kargo endüstrisinin havayolları adına önemine vurgu yapılarak yolcu gelirlerindeki azalmayı nispeten telafi edip hafiflettiğine değinilmiştir. Hava kargo taşımacılığının pandemi sayesinde küresel ticarete öneminin fark edildiği, müşteri talebinde artış olduğu ve pandemi öncesine göre çok hızlı bir gelişim gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Rodoplu ve Kanat, 2022: 2096).

2.6. Covid-19 Salgınının Ekonomik Etkileri

Covid-19 salgınının hızla tüm dünyaya yayılması küresel anlamda işgücü piyasasını da doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla salgının yayılımının engellenmesi amacıyla devletler çeşitli önlemler almaya başlamıştır. Sınır kapılarının kapatılması, insanların birbirleri ile olan sosyal mesafenin sınırlandırılması gibi önlemler

beraberinde ekonomik hareketliliğinde kısıtlanmasını getirmiştir. İş yerlerinin bir kısmı kalıcı veya geçici olmak üzere kapanmaya giderken belirli bir kesim de küçülmeye gitmek durumunda kalmıştır. Bunun sonucunda milyonlarca işçinin yaşadığı iş kayıpları ve beraberinde gelen gelir kayıpları yaşaması da kaçınılmaz olmuştur. Devletler tarafından alınan kısıtlayıcı önlemler, mal ve hizmet talebinde azalmaya sebep olmanın yanında üretim girdilerine ulaşmanın engellenmesinden dolayı belirli sektörler açısından imalat süreci önemli derecede etkilenmiştir (Kara, 2020: 271).

Dünya Ticaret Örgütü raporundaki verilere göre dünya ticaretinde 2020 yılı ilk yarısı içinde %14 oranında bir düşüş görülmüştür. Buna karşılık tıbbi malzemelerin ithalat ve ihracatı gündeme geldiğinde bu durum dünyada yeni bir ticaret alanı oluşturmuş ve dünya ticaretinde %16 oranında bir artış gösterdiği tespit edilmiştir. 2020 yılının ilk yarısı salgından korunmak üzere üretilen yüz maskelerinin ithalatı bir önceki yıla göre %90 artmıştır. Koruma maskeleri ticareti tekstil sektöründe yaklaşık olarak 6 kat artış göstermiştir. Çin bu maskelerin en önemli tedarikçisi olup ihracatının %56'sını karşılamaya başlamıştır (İzgi, 2021: 34).

Şekil 2. Dünya Mal İhracat – İthalatı (milyon \$)



Kaynak: (İzgi, 2021: 34)

Şekil 2’ de dünya ithalat ve ihracat rakamları görülmektedir. Buna göre; Dünya çapında pandemi özelinde bakıldığında 2018-2019 yıllarında göre 2020 yılında malların ithalat ve ihracatında düşüşler yaşandığı görülmektedir. 2019 yılı ile

karşılaştırıldığında ihracatın %7,53 daraldığı, ithalatın ise %7,63 daraldığı görülmektedir (İzgi, 2021: 34).

2.6.1. Covid-19 Salgınının Türkiye'deki Ekonomik Etkileri

Covid-19 virüsünün ülkelere hızla yayılması sonucunda devletlerin almış olduğu önlemlerin ilk amacı halk sağlığını korumaktır. Fakat halk sağlığını korumak amaçlı alınan tedbirler ülke ekonomilerini ve ticaretlerini olumsuz yönde etkilemekteydi. Uluslararası ticarete bir yavaşlama meydana gelmiş ve dolayısıyla uluslararası taşımacılığın hareketliliği de aynı oranda etkilenmiştir. Tüketimdeki azalma ise üretimi de doğrusal olarak azaltmıştır. Alınan önlemler nedeniyle ülkelerin küresel ticareti zarar görmeye başlamıştır.

Tablo 2. Türkiye Ekonomisi'nde Dış Ticaret Hacmi Bir Önceki Yıl Ocak Ayına Göre % Değişim

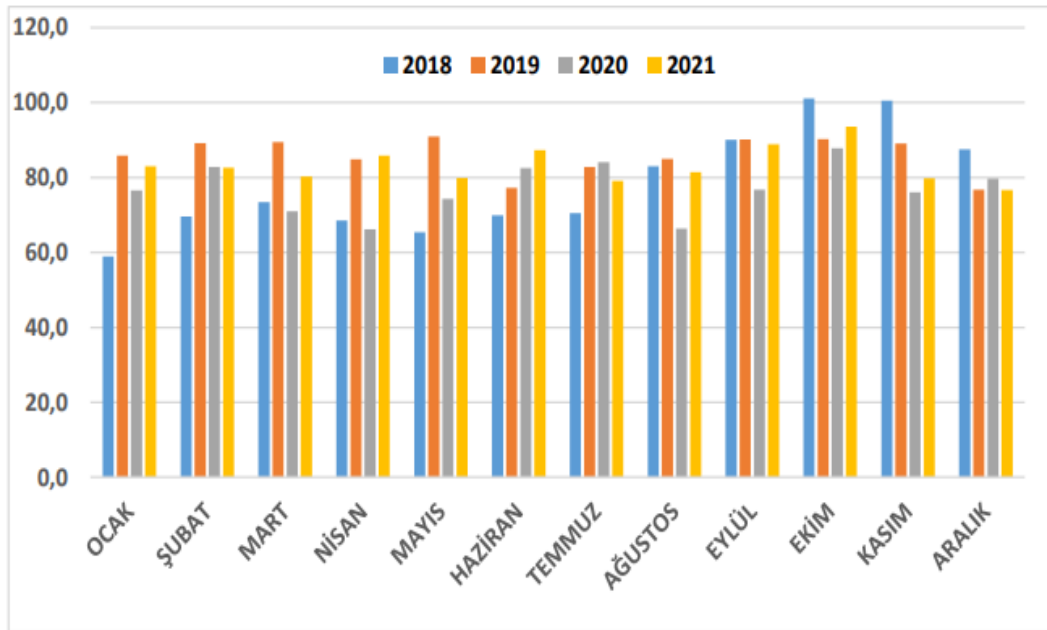
	2018	2019	2020	2021
İhracat (FOB)	7,7	2,1	-6,2	2,3
İthalat (CIF)	-3,2	-9,0	4,4	-5,9
Karşılama Oranı (%)	76,6	86,0	77,3	83,2

Kaynak: (Ünüvar ve Aktaş, 2022: 135)

Tablo 2'de Covid-19 pandemi dönemi ve bir önceki yıl Ocak ayına göre Türkiye'nin dış ticaret hacmi değişim oranları verilmiştir. Buna göre; Covid-19 salgınının tüketimde ortaya çıkardığı azalma üretim oranını da düşürmektedir. Sokağa çıkma kısıtlamaları, sosyal izolasyon, eğitime verilen ara, virüsün yayılım oranındaki artış ve iş işleyiş süreçlerindeki esnek çalışma veya evden çalışma sebebiyle tüm dünyada insanların tüketim oranlarında bir azalma görülmüştür. Bunun sonucunda ise Türkiye'den ihraç edilen ürünlere olan talep de azalmıştır. 2021 yılına gelindiğinde aşı üzerine çalışmalar başlamış ve kontrollü olarak serbestleşme sürecine girilmiştir. „Bu süreçte uluslararası hareketlilik yeniden canlanmıştır. 2021 yılında Türkiye’ de ihracat fazlası oluşmuş ve ihracatın ithalatı karşılama oranı Covid-19 öncesindeki verilere yaklaştırmaya başlamıştır (Ünüvar ve Aktaş, 2022: 135).

Covid-19 döneminde sınırların kapanması ile birlikte taşımacılık faaliyetlerinde yaşanan duraksamalar sonucunda uluslararası ticarete de aksaklıklar meydana gelmiş ve bu aksaklıklar oldukça maliyetli sonuçlar doğurmuştur. Sağlık açısından alınan tüm önlemler ticareti de kısıtlayıcı niteliktedir. Covid virüsü Türkiye'ye Avrupa'dan daha geç gelmiştir dolayısıyla etki süreleri arasında birkaç aylık bir fark vardır. Türkiye ihracatı 2018-2019 yıllarında bir yükselişte iken 2020 yılında pandeminin hızla yayılması ile birlikte düşüş ile karşı karşıya kalmıştır. Pandeminin ülkemize ilk çeyreğinde olumsuz bir etkisi görülmemiştir. Ancak ikinci çeyrekte %16 ile ithalatı bir daralma meydana gelmiştir (İzgi, 2021: 35).

Şekil 3. Türkiye İhracatının İthalatı Karşılama Oranı (%)



Kaynak: (Pelit ve Irmak, 2022: 91)

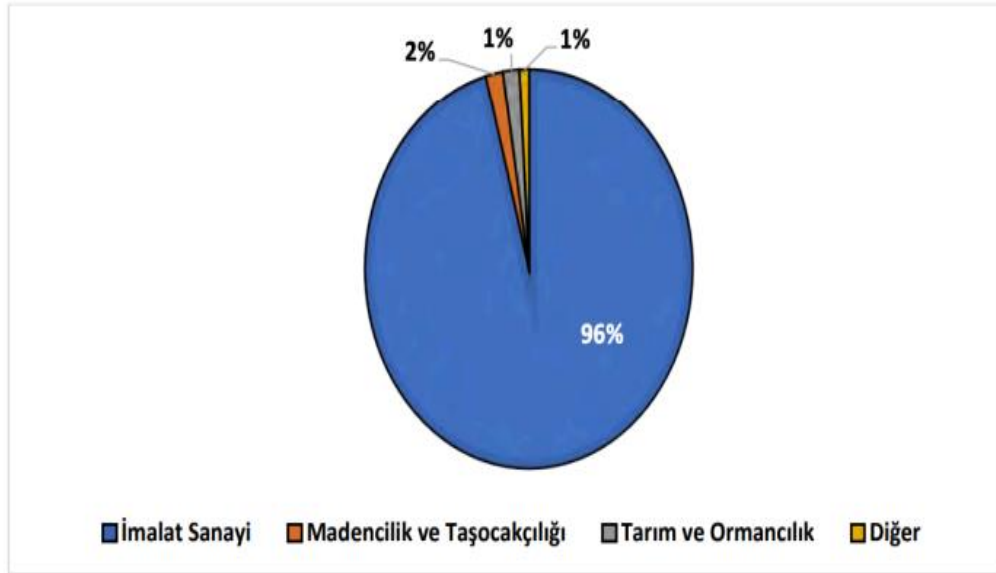
Şekil 3'de Türkiye İhracatının İthalatı Karşılama Oranı (%) görülmektedir. 2019 ve 2020 yılları kıyaslandığında Mart, Nisan ve Mayıs aylarında %18 - %41 - %40 oranında daralma görülmüştür. Son üç yıl içerisindeki en düşük ihracat oranları gözlemlenmiştir. Bunun yanında pandeminin Türkiye'ye geç gelmesi nedeniyle Mart 2019' a göre Mart 2020' de %10 bir artış gözlemlenmiştir. Pandeminin etkisinin daha da arttığı ikinci çeyrekte ihracatta %15 oranında bir

daralma gözlemlenmiştir. Covid-19 döneminde tıpkı ihracattaki gibi ithalatında en düşük görüldüğü aylar Nisan ve Mayıs'tır. Nisan' da %25 oranında bir düşüş ile 13.559.417 milyar dolar, Mayıs'ta %27 oranında bir düşüş ile 13.393.633 milyar dolar olarak gözlemlenmiştir. Türkiye' de ithalat rakamları pandemiden etkilenecek düşmüş olsa da ihracat rakamları ile kıyaslandığında daha yüksek oranlara sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bunların karşılığı ise Türkiye' de dış ticaret açığı oluştuğunun göstermektedir. İthalat ve ihracatta gözlemlenen bu değişimlerin nedeni ise pandemiye zorunlu olarak insanların yaşam süreçlerini değiştirmesiyle ortaya çıkan ihtiyaçlardaki değişiklikler olarak gösterilmektedir. Sonuç olarak veriler gösteriyor ki neredeyse tüm ülkelerde meydana geldiği gibi pandemi döneminde Türkiye'de de ihracatın ithalatı karşılama oranı düşme eğilime göstermiştir. 2021 yılının ikinci yarısına gelindiğinde salgın nedeniyle koyulan yasakların çoğunluğu kısmi şekilde kalkmaya başlamıştır. Bunun sonucunda ise ihracat ve ithalattaki oranlar pandemi öncesi rakamlara ulaşma yönünde ilerleme göstermiştir (Pelit ve Irmak, 2022: 93).

2.6.2. Covid-19 Salgınının Konya Ticaret Sektörüne Etkileri

Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre pandemi dönemi içerisinde Konya'da ihracatın 2021 yılında 2020 yılına göre azaldığı görülmüştür. Konya açısından bakıldığında Türkiye geneline göre bir farklılık öne çıkmaktadır. Bunun nedeni olarak da Konya sanayisinde 2019 ile 2020 yılları arasında gözle görülür bir değişimin gerçekleşmediği gösterilmektedir. Salgının etkileri Türkiye ile kıyaslandığında Konya' da ihracat özelinde daha azdır. Konya' da çoğunlukla ihracat imalat sanayi sektörü üzerinden gerçekleşmektedir.

Şekil 4. Konya İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı 2021



Kaynak: (Karabıyık, 2022: 54)

Şekil 4’de 2021 yılı için Konya İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı görülmektedir. Konya’daki ihracatın %96 oran ile nerdeyse tamamı imalat sektörü üzerinden gerçekleşmektedir (Karabıyık, 2022: 53).

Tablo 3. Konya Sektörlerinin İhracat Rakamları 2016-2020 (Bin \$)

Sektörler	2016	2017	2018	2019	2020
Makine ve Aksamları	302.739	364.075	414.898	460.311	508.934
Otomotiv Endüstrisi	281.244	329.368	330.501	383.722	421.246
Hububat Bakliyat vb.	193.273	211.413	251.859	275.222	269.491
Kimyevi maddeler	83.472	102.962	115.959	134.237	155.729
Savunma ve Havacılık sektörü	36.089	38.100	49.617	56.725	1.53.453

Kaynak: (İzgi, 2021: 36)

Tablo 3’de Konya’ da ön plana çıkan başlıca sektörlerin 2016 ve 2020 yılları arasındaki ihracat rakamları görülmektedir. Konya sanayisinde ticaretin çoğunluğunun imalat sektörü üzerinden gerçekleştiği göz önüne alındığında imalat sanayi sektöründe ön plana çıkan başlıca alt sektörler makine ve aksamları imalat

sanayi, otomotiv yan sanayi, savunma ve havacılık sanayi ve bakliyat-hububat-gıda endüstrisi, kimya maddeleri ve iklimlendirme sanayi şeklinde sıralanmaktadır. Konya’ da en yüksek ihracat faaliyetlerinin gerçekleştiği sektör ise makine ve aksamaları imalat sanayi olmuştur. Bunun yanında en hızlı büyüme gösteren sektör ise savunma ve havacılık sanayi şeklindedir. Konya Ekonomi Raporu verilerine göre 2021 yılı Nisan ayı içerisinde gerçekleşen ihracatın %52,8’i makine ve aksamaları, otomotiv yan sanayi, savunma sanayi ve havacılık sektörü üzerinden olmuştur. (İzgi, 2021: 36).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. PANDEMİ DÖNEMİNDE HAVA KARGO TAŞIMACILIĞININ KURUMSAL MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KONYA ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Tüm dünyada etkileri hala devam etmekte olan Covid-19 (koronavirüs) salgını, hava kargo sektörünü de pandemi sürecinde olumsuz yönde etkilemiştir. Hava kargo sektörünün bu etkilerin ardından süreçle mücadele etme noktasında yeni stratejiler geliştirerek faaliyetlerine devam ettiği görülmektedir. Bu süreçte hava kargo firmalarının hizmet sunduğu müşterilerin bu hizmetten ne derece memnun kaldıklarını ortaya koymak gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı; Covid-19 (Koronavirüs) salgını döneminde hava kargo hizmeti alan kurumsal müşterilerin memnuniyeti düzeylerinin ölçülmesidir. Çalışmanın hem hava kargo alanındaki gelecekteki çalışmalara yön vermesi açısından literatüre, hem de kargo hizmeti veren işletmelere müşteri memnuniyet düzeyleri hakkında bilgi vermesi açısından katkı sağlanması beklenmektedir.

3.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde 5 sorudan oluşan kişisel bilgi formu, ikinci bölümünde ise Yasemin Durmaz ‘ın 2010 yılında “Lojistik Ulaştırma Faaliyetlerindeki Hizmet Kalitesinin Müşteri Değeri Yaratmadaki Rolü: Kütahya Yurt İçi Kargo Şirketinde Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezi için geliştirdiği 18 ifadenin yer aldığı müşteri değeri ölçeği bulunmaktadır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Konya ili sınırları içindeki uluslararası hava kargo taşımacılığı hizmetini alan orta ve büyük ölçekteki üretim ve dış ticaret firmaları oluşturmaktadır. Konya İl’inde üretim ve dış ticaret faaliyetinde bulunan firmaların

en yoğun olduğu bölge Konya Organize Sanayi Bölgesi olduğundan bu bölgede bulunan ve gönüllülük usulü esasında anketi doldurmayı kabul eden firmaların lojistik yetkilileri ile araştırma yürütülmüştür.

Araştırmanın örneklemini Covid-19 (pandemi) döneminde hava kargo hizmeti alan kurumsal müşteriler oluşturmaktadır. Bu bağlamda Konya ilinde 132 firma yetkilisine ulaşılmış, yüz yüze ve online anket yöntemi ile kişilerden veriler toplanmış, toplanan veriler ile bulgular elde edilmiştir.

3.4. Araştırma Hipotezleri

H₁: Lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değeri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H₂: Lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değeri yaş değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H₃: Lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değeri eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.

H₄: Lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değeri sektör düzeylerine göre farklılaşmaktadır.

H₅: Lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değeri toplam puan ve alt boyutları arasında pozitif ilişki vardır.

3.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS 26 programı kullanılmıştır. Analizlere geçmeden önce çoklu uç değeri kontrolü yapılarak 4 gözlem analizden çıkarılmış; araştırmaya katılan 132 kişi ile devam edilmiştir. Her değişken için normallik testi(Kolmogorov-Smirnov) yapılarak çarpıklık-basıklık katsayıları -3 ile +3 aralığında değerlendirilmiştir. Normallik testi sonuçlarına göre değişkenlerin normal olduğu bulunmuştur. Bu doğrultuda 2 kategoriden oluşan değişkenler için Bağımsız Grup t testi, 2’den fazla kategoriden oluşan değişkenler için tek örneklem

bağımsız ANOVA testi ve değişkenler arasındaki ilişkiler için Pearson Korelasyon Testi uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklere ilişkin frekans dağılımları Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Demografik Özelliklere Ait Frekans ve Yüzdelere

Değişken	Grup	Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	46	34,8
	Erkek	86	65,2
Yaş	25 ve altı	21	15,9
	26-35	37	28
	36-45	46	34,8
	45+	28	21,2
Eğitim Durumu	İlkokul	15	11,4
	Lise	29	22
	Ön Lisans	30	22,7
	Lisans	44	33,3
	Lisansüstü	14	10,6
Çalıştığı Sektör	Gıda Endüstrisi	33	25
	Savunma Sanayi	30	22,7
	Makine İmalat Sanayi	33	25
	Otomotiv Yan Sanayi	36	27,3
TOPLAM		132	100

Tablo 4’e göre araştırmaya katılanların %65.2’sinin erkek, %34.8’inin kadın; %34.8’inin 36-45, %28’inin 26-35 yaş aralığında; %33.3’ünün lisans mezunu, %22.7’sinin ön lisans mezunu; %27.3’ünün otomotiv yan sanayinde %25’inin gıda endüstrisinde, %25’inin makine imalat sanayisinde çalışan kişilerden oluştuğu görülmektedir.

3.6. Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan müşteri değeri ölçeğine güvenilirlik analizi yapılmış ve analiz sonucunda ölçekteki 18 ifadeye ilişkin cronbach alfa değerinin 0,901 olduğu görülmüştür. Bulunan bu değer araştırmada kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Müşteri değeri ölçeğinin orijinalinin faktör analizi sonuçlarına bakıldığında, analiz sonucunda ölçek ifadelerinin 9 boyutlu (parasal masraf, zaman masrafı, zihni masraf, enerji masrafı, risk, personel değeri, servis değeri ve hizmet değeri) olduğu görülmektedir.

Bu araştırmada ise müşteri değeri ölçeğine ilişkin faktör analizi sonucunda ölçek ifadelerinin 4 boyutlu olduğu ve toplam varyansın % 66.88'ini açıkladığı bulunmuştur. Örneklem yeterliliği için KMO değerine bakılmış, bu değerin 0.845 olduğu görülmüş ve faktör analizi için bu örneklemin yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bartlett's testi sonucunda ise maddeler arasındaki korelasyonların faktör analizi için yeterince büyük olduğu tespit edilmiştir. Müşteri değeri ölçeğine güvenirlik analizi yapıldığında alfa değerinin 0.901 ile iyi derecede güvenilir olduğu bulunmuştur. Madde toplam korelasyonu 0.30'un altında olan madde 1, madde çıkarıldığında güvenirliğin 0.904 olmasını sağlayan madde 2 analiz dışı bırakılmıştır. Madde korelasyonları 0.410 ile 0.696 arasında değişmektedir. Faktör analizi sonucunda Müşteri Değeri Ölçeğinin 4 boyutlu olduğu ve binişik madde olan madde 8 ve madde 15, faktör yükü 0.50 altında olan madde 12 sırasıyla çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Maddeler çıkarıldıktan sonra yapılan faktör analizi sonucunda KMO değerinin 0.846 olduğu görülmüştür($p < .05$). Her bir maddenin ortak varyansa katkısının ise 0.607 ile 0.84 arasında değiştiği görülmüştür. Faktör yük değerlerinin ise 0.566 ile 0.891 arasında değiştiği görülmüştür. Açıklanan ortak varyans 4 alt boyut ile %72 'ye yükselmiştir. Ölçeğin 1. alt boyutunda 7,9,10 ve 11. (parasal masraf, zaman masrafı ve risk) maddelerin yer aldığı 5.75 eigen value değeri ile tek başına %44.24 oranında, 2. alt boyutunda 5,6,13 ve 14.(zihni masraf ve personel değeri) maddelerin yer aldığı 1.40 eigen value değeri ile tek başına %10.78 oranında, 3. alt boyutunda 16,17,18.(servis değeri ve enerji masrafı) maddelerin yer aldığı 1.15 eigen value değeri ile tek başına %8.87 oranında ve 4. alt boyutunda 3 ve 4.(hizmet değeri) maddelerin yer aldığı 1.06 eigen value değeri ile tek başına %8.12 oranında açıkladığı görülmüştür. Güvenirlik analizi

tekrarlandığında ölçeğe ilişkin Cronbach's alpha değerinin 0.899 ile yüksek derecede güvenilir olduğu bulunmuştur.

3.7. Müşteri Değerleri Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyut Puanları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Müşteri Değerleri Ölçeği toplam puan ve alt boyut puanları arasındaki ilişkilerin yönü pearson korelasyon analizi ile belirlenmiştir.

Tablo 5. Müşteri Değeri Ölçeği Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Testi Sonuçları

		PZR	ZP	SE	HD	MD
PZR	r	1				
	p					
ZP	r	,511**	1			
	p	0				
SE	r	,571**	,518**	1		
	p	0	0			
HD	r	,513**	,386**	,446**	1	
	p	0	0	0		
MD	r	,871**	,766**	,808**	,678**	1
	p	0	0	0	0	

**p<.01 seviyesinde anlamlıdır. PZR: Parasal Masraf-Zaman Masrafı-Risk, ZP: Zihni Masraf-Personel Değeri, SE: Servis Değeri- Enerji Masrafı, HD: Hizmet Değeri, MD: Genel Hizmet Değeri Toplam Puan.

Ölçekler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde korelasyon analizi kullanılmıştır. Korelasyonlar 0.40'dan küçük ise zayıf ilişkiyi, 0.40 - 0.60 arası normal ilişkiyi, 0.60 - 1.0 arası da güçlü ilişkiyi göstermektedir. Araştırmaya katılan kişilerin zihni masraf-personel değeri ile parasal masraf-zaman masrafı-risk ($r=0.511$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, zihni masraf-personel değeri ile servis değeri-enerji masrafı($r=0.518$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, zihni masraf-personel değeri ile hizmet değeri($r=0.386$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, zihni masraf-personel değeri ile müşteri değeri genel toplam($r=0.766$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, parasal masraf-zaman masrafı-risk ile servis değeri-enerji masrafı($r=0.571$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, parasal masraf-zaman masrafı-risk ile hizmet masrafı($r=0.513$;

$p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, parasal masraf-zaman masrafı-risk ile müşteri değeri genel toplam($r=0.871$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, servis değeri-enerji masrafı ile hizmet değeri ($r=0.446$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, servis değeri-enerji masrafı ile müşteri değeri ($r=0.808$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki, hizmet değeri ile müşteri değeri($r=0.678$; $p<0.01$) arasında pozitif doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Bu doğrultuda H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

3.8. Müşteri Değerleri Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyut Puanlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi

Müşteri değerleri ölçeği toplam puan ve alt boyut puanları cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve çalıştığı sektöre göre karşılaştırılmıştır.

Tablo 6. Değişkenlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Değişken	Grup	N	Ort.	Std. Sapma	t	df	p
PZR	Kadın	46	11	3,48967	-0,421	130	0,674
	Erkek	86	11,2558	3,23287			
ZP	Kadın	46	7,5652	2,52676	-0,31	130	0,757
	Erkek	86	7,6977	2,2338			
SE	Kadın	46	6,4565	2,37306	-0,74	130	0,461
	Erkek	86	6,7791	2,39313			
HD	Kadın	46	4,5435	1,7347	0,326	130	0,745
	Erkek	86	4,4535	1,37761			
MD	Kadın	46	29,5652	8,5496	-0,445	130	0,657
	Erkek	86	30,186	7,11339			

Tablo 6' ya göre lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmış ve bu analiz sonucunda lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin toplam puan ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$). Bu doğrultuda H_1 hipotezi red edilmiştir.

Tablo 7. Müşteri Değeri Ölçeği Değişkenlerinin Yaş Düzeylerine Göre Karşılaştırılması

Değişken	Grup	N	Ort.	Std. Sapma	F	p	Fark
PZR	25 ve altı	21	9,95	3,92	1,267	0,289	-
	26-35	37	11,11	3,43			
	36-45	46	11,52	2,92			
	45+	28	11,57	3,24			
	Toplam	132	11,17	3,31			
ZP	25 ve altı	21	6,81	3,25	1,286	0,282	-
	26-35	37	7,83	2,66			
	36-45	46	7,95	1,67			
	45+	28	7,53	1,91			
	Toplam	132	7,65	2,33			
SE	25 ve altı	21	6,43	2,64	0,484	0,694	-
	26-35	37	6,81	2,46			
	36-45	46	6,89	2,32			
	45+	28	6,28	2,24			
	Toplam	132	6,66	2,38			
HD	25 ve altı	21	4,04	1,88	2,371	0,074	-
	26-35	37	4,89	1,54			
	36-45	46	4,61	1,39			
	45+	28	4,07	1,18			
	Toplam	132	4,48	1,5			
MD	25 ve altı	21	27,23	10,53	1,317	0,272	-
	26-35	37	30,65	8,08			
	36-45	46	30,98	6,18			
	45+	28	29,46	6,33			
	Toplam	132	29,97	7,61			

Tablo 7’ de görüldüğü üzere lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız One Way Anova testi yapılmış ve bu analiz sonucunda lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin toplam puan ve alt boyut puanlarının yaşa göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$). Bu doğrultuda H_2 hipotezi red edilmiştir.

Tablo 8. Müşteri Değeri Ölçeği Değişkenlerinin Eğitim Düzeylerine Göre Karşılaştırılması

Değişken	Grup	N	Ort.	Std. Sapma	F	p	Fark
PZR	İlkokul	15	10,8	2,21	1,437	0,225	-
	Lise	29	12,07	3,85			
	Ön Lisans	30	11,77	3,43			
	Lisans	44	10,52	3,27			
	Lisansüstü	14	10,43	2,65			
	Toplam	132	11,17	3,31			
ZP	İlkokul	15	7,33	1,5	1,511	0,203	-
	Lise	29	8,07	1,98			
	Ön Lisans	30	8,2	2,89			
	Lisans	44	7,05	2,03			
	Lisansüstü	14	7,86	3,01			
	Toplam	132	7,65	2,33			
SE	İlkokul	15	5,93	2,12	0,598	0,665	-
	Lise	29	6,97	2,34			
	Ön Lisans	30	6,93	2,6			
	Lisans	44	6,52	2,46			
	Lisansüstü	14	6,71	2,09			
	Toplam	132	6,67	2,38			
HD	İlkokul	15	4	1,41	2,049	0,091	-
	Lise	29	4,31	1,14			
	Ön Lisans	30	5,13	1,63			
	Lisans	44	4,39	1,57			
	Lisansüstü	14	4,29	1,54			
	Toplam	132	4,48	1,51			
MD	İlkokul	15	28,07	5,3	1,519	0,201	-
	Lise	29	31,41	7,49			
	Ön Lisans	30	32,03	8,89			
	Lisans	44	28,48	7,46			
	Lisansüstü	14	29,29	6,82			
	Toplam	132	29,97	7,62			

Tablo 8'e göre lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin eğitim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız One Way Anova testi yapılmış ve bu analiz sonucunda lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin toplam puan ve alt boyut puanlarının eğitim düzeyine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$). Bu doğrultuda H_3 hipotezi red edilmiştir.

Tablo 9. Müşteri Değeri Ölçeği Değişkenlerinin Sektör Düzeylerine Göre Karşılaştırılması

Değişken	Grup	N	Ort.	Std. Sapma	F	p	Fark
PZR	Gıda Endüstrisi(1)	33	12,27	3,44	1,873	0,137	-
	Savunma Sanayi(2)	30	10,57	2,8			
	Makine İmalat Sanayi(3)	33	10,64	4,02			
	Otomotiv Yan Sanayi(4)	36	11,14	2,7			
	Toplam	132	11,17	3,31			
ZP	Gıda Endüstrisi(1)	33	8,85	2	4,25	0,007	2<1
	Savunma Sanayi(2)	30	7,17	2,17			4<1
	Makine İmalat Sanayi(3)	33	7,42	2,57			
	Otomotiv Yan Sanayi(4)	36	7,17	2,21			
	Toplam	132	7,65	2,33			
SE	Gıda Endüstrisi(1)	33	7,24	1,98	1,489	0,221	-
	Savunma Sanayi(2)	30	6,03	2,2			
	Makine İmalat Sanayi(3)	33	6,48	2,72			
	Otomotiv Yan Sanayi(4)	36	6,83	2,48			
	Toplam	132	6,67	2,38			
HD	Gıda Endüstrisi(1)	33	4,76	1,2	5,222	0,002	1<2
	Savunma Sanayi(2)	30	4	0,95			2<4
	Makine İmalat Sanayi(3)	33	3,97	1,42			3<4
	Otomotiv Yan Sanayi(4)	36	5,11	1,91			
	Toplam	132	4,48	1,51			
MD	Gıda Endüstrisi(1)	33	33,12	6,51	3,302	0,023	2<1
	Savunma Sanayi(2)	30	27,77	6,19			
	Makine İmalat Sanayi(3)	33	28,52	9,72			
	Otomotiv Yan Sanayi(4)	36	30,25	6,68			
	Toplam	132	29,97	7,62			

Tablo 9'a göre lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değerinin çalışılan sektöre göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız One Way Anova testi yapılmış ve bu analiz sonucunda lojistik ulaştırma faaliyetlerinde

müşteri değerinin parasal masraf-zaman masrafı-risk alt boyutu ve servis değeri-enerji masrafı alt boyutlarında anlamlı fark bulunmamıştır($p>.05$). Zihni masraf-personel değeri alt boyutu sektör düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermiş ve akabinde karşılaştırma analizleri yapılmıştır($F(3)=4.25$, $p<0.05$). Varyansların homojenliğine Levene's testi ile karar verilmiştir($p>.05$). Varyansların homojenliği sağlandığında kullanılan Post hoc testlerinden Benferroni testi kullanılmıştır. Benferroni testi sonucuna göre, gıda endüstrisi lehine savunma sanayi ve otomotiv yan sanayi sektörleri arasında olduğu görülmüştür.

Hizmet değeri alt boyutu sektör düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermiş ve akabinde karşılaştırma analizleri yapılmıştır($F(3)=5.222$, $p<0.05$). Varyansların homojenliğine Levene's testi ile karar verilmiştir($p<.05$). Varyansların homojenliği sağlanmadığında kullanılan Post hoc testlerinden Games-Howell testi kullanılmıştır. Games-Howell testi sonucuna göre, otomotiv yan sanayi lehine savunma sanayi ve makine imalat sanayi sektörleri arasında, savunma sanayi lehine gıda endüstrisi arasında olduğu görülmüştür.

Lojistik ulaştırma faaliyetlerinde müşteri değeri toplam puanı sektör düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermiş ve akabinde karşılaştırma analizleri yapılmıştır ($F(3)=3.302$, $p<0.05$). Varyansların homojenliğine Levene's testi ile karar verilmiştir($p<.05$). Varyansların homojenliği sağlanmadığında kullanılan Post hoc testlerinden Games-Howell testi kullanılmıştır. Games-Howell testi sonucuna göre, gıda endüstrisi lehine savunma sanayi arasında olduğu görülmüştür.

SONUÇ

Hava taşımacılığı denildiğinde ilk akla gelen unsur yolcu taşımacılığıdır. Bunun yanında sektörün ilk yıllarından beri büyümeye devam eden hava kargo taşımacılığı, özellikle pandemi süreci içerisinde oldukça ön plana çıkmıştır. Hava kargo, pandemi boyunca ülkeler açısından sağlık ekipmanlarını en hızlı şekilde taşınması ile aynı zamanda sektörler arasındaki dinamiği sağlaması ile önemli bir konumda olmuştur. Covid-19 salgını, insan sağlığını etkilemesinin yanı sıra tüm dünyada sosyal ve ekonomik sistemleri de tehdit etmeye başlamıştır. Salgının yayılması ile birlikte ülkelerin uluslararası ticaretteki faaliyetleri azalmıştır. Bu süreç, hem dünya ekonomisini hem de Türkiye ekonomisini olumsuz yönde etkilemiştir. Ne zaman biteceği belirsiz durumda olan bu salgın tüm dünyayı etkisi altına alırken ülkeler de salgın ile mücadele etmek amacıyla birçok kısıtlayıcı önlemler almak durumunda kalmıştır. Lojistik sektörü de bu krizden taşıma modları bakımından farklı zorlukları yaşayarak olumsuz etkilenmiştir.

Pandemi döneminde hava kargo taşımacılığı faaliyetleri, alınan tüm tedbirler, yaşanan tüm kapanmalar ve kısıtlamalara rağmen devam etmiştir. Süreç içerisinde hava kargo hizmeti alan müşterileri de olumsuz etkileyebilecek belli başlı sorunlar ortaya çıkmıştır. Bunların başında gümrüklerde ek kontroller nedeniyle yaşanan sıkıntılar, navlun fiyat artışları ve teslim sürelerindeki gecikmeler yer almaktadır.

Havayolu acenteleri az sayıda personel ile faaliyetlerine devam etmekteydi. Faaliyetlerin minimize edilmesi nedeniyle ödemelerde gecikmeler meydana gelmiştir. Acenteler, havayolu işletmelerinden aldıkları fiyatların dalgalanması ve artışı sebebiyle müşterilerine önceden verdikleri sözler karşısında problemler yaşamaya başlamıştır. Fiyat belirsizliği yanında seferlerdeki belirsizlikler de ithalat ve ihracata konu yüklerin aksamasına neden olmuştur. Seferlerin iptali ile havayollarının uçak park etmesi onları zarara uğratmıştır. Personellerin gittikleri ülkelerde karantinaya girmesi sonucunda dönememesi, giden ekipmanların geri getirilmesindeki zorlu süreçler de taşımacılık operasyonlarının daraltmış ve havayolu firmalarının ciddi maliyetler ile karşılaşmıştır. Gümrüklerdeki ek kontroller sebebiyle ürünlerin teslimatında gecikmeler meydana geldiği gibi her ülke

yönetiminin aldığı farklı önlemler nedeniyle de ticarete konu ürünlerde aksamalar meydana gelmiştir.

Tüm bu kısıtlama ve tedbirlerin yanı sıra hava kargo sektörü birçok sektöre ve diğer taşıma modlarına karşın hiç durmamıştır. Fakat sektördeki bu durgunluk pandemi döneminin ilk altı ayı içerisinde yoğun şekilde yaşanırken altı ayın sonunda ülkemizde 2020 yılı Haziran ayı itibariyle başlayan normalleşme sürecinde faaliyetlerini arttırarak sektörel anlamda 2021 yılı boyunca yükselmeye devam etmiştir. Aynı zamanda hava kargo taşımacılığında aşılarda ortaya çıkması ile sektörü canlandıracak nitelikte yeni bir alan oluşmuştur. Pandemi döneminde ihtiyaç duyulan gıda, yardım malzemesi, ilaç, maske, medikal ekipmanlar ve aşılarda tüm dünyaya ulaştırılması noktasında kargo operasyonlarına olan odağın artmasıyla birlikte hava kargo taşımacılık sektöründe bir değişim yaşanmıştır. Buna bağlı olarak hava kargo hizmeti veren işletmelerin yaşanan tüm bu sorunları, müşterilerine minimum düzeyde hissettirmek ve müşterilerinin aldıkları hizmetten memnun kalmalarını sağlamak noktasındaki süreci iyi yönetmeleri gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada pandemi döneminde hava kargo hizmeti alan kurumsal müşterilerin memnuniyetinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda ise Konya ilinde uluslararası hava kargo taşımacılığı hizmeti alan sektörlerin yetkilileri tarafından verilen yanıtlar değerlendirilmiştir. Alt sektörlerde gıda endüstrisi, savunma sanayi, makine imalat sanayi ve otomotiv yan sanayi ön plana çıkmaktadır. Türk İhracatçılar Meclisi verilerine göre pandeminin ülkemizde etkisini göstermeye başladığı ilk süreç olan 2020 yılı Nisan ve Mayıs aylarında Konya’da çalışmaya konu olan alt sektörlerin ihracat rakamlarında belirli oranlarda düşüş yaşandığı gözlemlenmiştir. 2020 yılı Haziran ayından itibaren 2021 yılına dek bu sektörlerin ihracatında yükseliş meydana gelmeye başlamıştır. Pandemi sürecinde en çok yükseliş gösteren sektör savunmaya sanayi olmuştur ardından otomotiv yan sanayi sektörü 2021 yılında en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Gıda endüstrisi ve makine imalat sanayi de pandemi döneminde işleyişlerini devam ettirmiştir. Hastalığın yayılmasını önlemek amacıyla getirilen yasak, kısıtlama ve kapanmalar sonucunda yiyecek stoklarında azalmalar meydana gelmiştir. Bununla birlikte gıda endüstrisi

her anlamda önemini yeniden hissettirmiş ve Konya’ da bulunan gıda hammadde üreticileri için de pandemi içerisinde fırsat oluşturacak türden talep artışları görülmüştür.

Bu veriler ışığında pandemi döneminde Konya’da faaliyette bulunan tüm sektörlerin gelecekte Covid-19 gibi olası herhangi bir sağlık krizi ile karşı karşıya kalma durumunda olumsuz yönde etkilenmemeleri adına yeni stratejiler geliştirmeleri ve dijitalleşme süreçlerine ayak uydurmaları gerekli görünmektedir. Gıda endüstrisi gibi tüm insanlık için hayati önem arz eden sektörlerin bu gibi kriz durumlarında hiç duraksamadan faaliyetlerini yürütmeleri için insan gücünün yanında makine gücü ile gerçekleştirilen üretim modelleri üzerine yoğunlaşmaları hem sektörel hem de ekonomik düzeyde yaşanan sıkıntıları minimum düzeye indirmeye yardımcı olacaktır.

Lojistik Ulaştırma Faaliyetlerinde Müşteri Değeri Ölçeği Parasal Masraf-Zaman Masrafı-Risk, Zihni Masraf-Personel Değeri, Servis Değeri- Enerji Masrafı, Hizmet Değeri olmak üzere 4 boyutta incelenmiş, geçerli ve güvenilir olduğu bulunmuştur. Ölçek alt boyutları cinsiyet düzeyi, yaş düzeyi ve eğitim düzeyine göre karşılaştırıldığında anlamlı fark bulunmamıştır($p>.05$). Lojistik Ulaştırma Faaliyetlerinde Müşteri Değeri Ölçeği alt boyut ve müşteri değeri toplam puanları sektör düzeylerine göre karşılaştırıldığında ise anlamlı fark bulunmuştur($p<.05$).

Ortaya çıkan bu farkın zihni masraf ve personel değeri birleşiminden oluşan alt boyut için gıda endüstrisi sektörünün savunma sanayi ve otomotiv yan sanayi sektörlerinden fazla olması, hizmet değeri alt boyutu için otomotiv yan sanayi sektörünün savunma sanayi ve makine imalat sanayi sektörlerinden fazla olması, hizmet değeri alt boyutu için diğer farkın savunma sanayi sektörünün gıda endüstrisi sektöründen fazla olması, müşteri değeri genel toplam puanlarında ise savunma sanayi sektörünün gıda sanayi sektöründen fazla olması ile açıklanmaktadır. Lojistik Ulaştırma Faaliyetlerinde Müşteri Değeri Ölçeği alt boyutları ve ölçeğin genel toplam puanları ile arasındaki ilişkilere bakıldığında orta ve yüksek düzeyde ilişkilerin olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

ADIGÜZEL, Selminaz (2020). 'After COVID 19 AirTransportation', **Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 5(3), 65-77.

AKCA, Meltem (2020). 'COVID-19'un Havacılık Sektörüne Etkisi', **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, 7(4), 45-64.

AKÇACI, Taner ve Mehmet Serkan Çınaroğlu (2020). 'Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgınının Lojistik ve Ticarete Etkisi', **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, 19, 447-456.

AKOĞLU, Bilal ve Yahya Fidan (2020). 'Dünyada Hava Kargo Taşımacılığı Pazarı ve Türkiye'nin Yeri', **Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi**, 4(1), 30-51.

AKOĞLU, Bilal (2020). Havayolu Taşımacılığında Özel Kargo Taşımacılığı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ALICI, Abdulkadir and Abdül Samed Akar (2020). 'Macroeconomic Determinants Of Air Cargo Demand: A Panel Data Analysis' **Transport & Logistics: the International Journal**, 20(48), 11-23.

ALP, Mustafa, Nilay Köleoğlu, ve Binnaz Çınar (2019). 'Kargo Firmalarının İtibarının Müşteri Memnuniyetine Etkisi', Dumlupınar Üniversitesi **Sosyal Bilimler Dergisi**, 60, 1-13.

AVGAN, Sıla (2022). Hava Yolu Yolcu Taşımacılığı Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini ve Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisi: Covid-19 Pandemi Döneminde Bir Araştırma, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

AYDIN, Atilla, Emine Öztürk ve Görkem Akgül (2021). 'Hava Kargo Yük Trafiğinin Sera Gazı Emisyonları Üzerindeki Etkisi: Türkiye Uygulaması', **Pearson Journal of Social Sciences & Humanities**, 10-32.

BAKIRCI, Muzaffer (2020). 'COVID-19 Pandemisinin Türkiye Havayolu Ulaşımına Etkisi', **Türk Coğrafya Dergisi**, 76, 45-58.

BALCI TALİ, Derya (2021). Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Marka Algısı ve Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi: Türkiye'de Havayolu Taşımacılığı Sektörü Üzerine Bir Uygulama, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

BALIK, Fatih Mehmet (2015). Hava Kargo Taşımacılığı ve Türkiye'deki Gelişimini Etkileyen Faktörler, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

BATTAL, Ünal (2019). ‘Hava Kargo Pazarının Gelişimini Etkileyen Faktörler’, **Hava Kargo ve Tehlikeli Maddeler**, Ed. Ali Emre Sarılğan, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 64-80.

BATUR, Serkan (2008). Hava Yolcu ve Kargo Taşımacılığı; Dünyada ve Türkiye’de Uygulamalar, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

BÜDÜN AYDIN, Esra ve Ahmet Aydın (2022). ‘Dünya Sağlık Örgütü’nün Covid-19 Pandemisi Başlangıç Döneminde Geliştirdiği Söylemlerin Eleştirel Bir Analizi’, **Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 24(2), 521-537.

DAĞLAR MACAR, Oya ve Uğur Yasin Asal (2020). ‘Covid-19 ile Uluslararası İlişkileri Yeniden Düşünmek: Tarih, Ekonomi ve Siyaset Ekseninde Bir Değerlendirme’, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 19(37), 222-239.

DANIŞ, Abdullah Ozan (2022). Türkiye’ de Hava Kargo Taşımacılığının Gelişimi ve OECD Ülkeleri ile Türkiye Karşılaştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

DERİCİ Metin, Sultan Derici ve İlkay Karaduman (2015). ‘Özel Nitelikli Kargoların Havayolu ile Taşınması ve Müşteri Tercihleri’, **Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi**, (37), 67-81.

DOĞAN, Ayfer (2003). Hava Kargo Taşımacılığının Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

DURMAZ, Yasemin (2010). Lojistik Ulaştırma Faaliyetlerindeki Hizmet Kalitesinin Müşteri Değeri Yaratmadaki Rolü: Kütahya Yurt İçi Kargo Şirketinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

EROĞLU, Ergün (2005). ‘Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli’, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Dergisi**, 34(1), 7-25.

GEREDE, Ender (2015). Havayolu İşletmeciliğine İlişkin Temel Kavramlar, **Havayolu Taşımacılığı ve Ekonomik Düzenlemeler Teori ve Türkiye Uygulaması**, Ed. Ender Gerede Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 1-43.

GÜLTEKİN, Yasin ve Mehmet Karadağ (2021). ‘Aşı Soğuk Zinciri: Covid-19 Salgını Kapsamında Türkiye’nin Aşı Lojistiği Alt Yapısının İncelenmesi’, **Parion Akademik Bakış Dergisi**, 1(1), 19-42.

GÜMÜŞ AKAR, Pınar (2019). Hizmetler Sektörü Ticaretinin Serbestleştirilmesi ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: Havayolu Taşımacılığı Sektörü ve Türkiye, Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

GÜN, Devrim (2007). Hava Kargo Pazarının Lojistik Açısından Değerlendirilmesi ve Türkiye için Durum Analizi, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

HASDEMİR, Esra (2012). Türkiye’de Hava Kargo Taşımacılığının Gelişimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

İŞİK, Yasemin (2016). ‘Hava Taşımacılığı Unsurları’, **Hava Taşımacılığı**, Ed. Ayşe Küçük Yılmaz, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 74-93.

İZGİ, Fatma (2021). ‘Kovid-19 Sürecinin Konya İhracatına Etkisi’, **Bilim Teknoloji Yenilik Ekosistemi Dergisi**, 2(1), 31-43.

KARA, Elif (2020). ‘Covid-19 Pandemisi: İşgücü Üzerindeki Etkileri ve İstihdam Tedbirleri’, **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, 7(5), 269-282.

KARABIYIK, Mine (2022). İhracat Teşviklerinin Konya İmalat Sanayisi Açısından Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karatay Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya.

KARAKAVUZ, Harun (2020). ‘Covid-19’un Türk Havayolu İşletmeleri Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bir Swot Analizi’, **Journal of Turkish Studies**, 15(8), 3573-3591.

KASARDA, John D. and Jonathan D. Green (2005). ‘Air Cargo As An Economic Development Engine’, **Journal of Air Transport Management**, (11), 459-462.

KAYSARİ, Aras (2011). Havayolu Taşımacılığında Müşteri Memnuniyeti: Türk Havayolları Müşterileri Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

KILIÇ, İbrahim ve Elbeyi Pelit (2004). ‘Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma’, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 15(2), 113-124.

KÖSE, Serpil (2017). Havayolu İşletmelerinde E-Lojistik Uygulamaları: Antalya Havalimanı Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Alanya.

LONG, Douglas (2016). **Uluslararası Lojistik Küresel Tedarik Zinciri Yönetimi**, Çev. Mehmet Tanyaş ve Murat Düzgün, Nobel Akademik Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI (2011). **Havayolu Taşımacılığı**, MEB Yayınları, Ankara.

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI (2020). **Havayolu Taşımacılığı**, MEB Yayınları, Ankara.

ÖÇAL, Bora (2022). 'Covid-19 Sürecinde İhracat ve Hava Kargo Taşımacılığı: Antalya Havalimanı Üzerine Bir Araştırma', **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 29(2), 259-280.

ÖZBAY, Aybike (2011). Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Turizm Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

ÖZENİR, İpek ve Gülsün Nakıboğlu (2020). 'Covid-19 Pandemisinin Lojistik Sürecine Etkileri', **Covid-19 Sürecinde Üretim, Yönetim ve Pazarlama**, Ed. Deniz Zeren ve Osman Yılmaz, Gazi Kitabevi, Ankara, 201-221.

ÖZDEN, Aybike Tuba ve Erkan Çelik (2021). 'Analyzing the service quality priorities in Cargo transportation before and during the Covid-19 outbreak', **Transport Policy**, 108(C), 34-46.

ÖZKAN, Tülay ve Raşit Acar (2022). 'Müşteri ve Bilgi Tabanlı Lojistik Yeteneklerin Covid-19 Salgını Sürecinde İşletme Performansına Etkisi: Türkiye Lojistik İşletmelerinde Bir Araştırma', **Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 24(2), 391-408.

PELİT, İrem ve Esra Irmak (2022). 'Covid-19'un Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkisi', **Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi**, 8(1), 79-97.

POLAT SESLİOKUYUCU, İnci (2019). 'Hava Kargo Taşımacılığının Önemi ve Özellikleri', **Hava Kargo ve Tehlikeli Maddeler**, Ed. Ali Emre Sarılgan, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 30-47.

RODBUNDITH, Tipavinee Suwanwong ve Apichat Sopadang (2021). Evaluation of Factors Affecting Air Cargo Terminal Operation Performance During Covid-19. 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 6687-6696.

RODOPLU, Hakan ve Ali Osman Kanat (2022). "Pandemi Döneminde Hava Kargo Endüstrisi; Sektörel Bir Araştırma", **Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences**, 8(59), 2090-2097.

SAĞLIK BAKANLIĞI, (2020). **Covid-19 (Sars-Cov-2 Enfeksiyonu) Genel Bilgiler, Epidemiyoloji ve Tanı**, Sağlık Bakanlığı Yayınları, Ankara.

SENİR, Gül ve Arzum Büyükkökçü (2020). 'Covid-19 Salgınının Tedarik Zincirlerine ve Lojistik Faaliyetlere Etkileri', **Küresel Salgının Anatomisi İnsan ve Toplumun Geleceği**, Ed. Muzaffer Şeker, Ali Özer ve Cem Korkut, TDV Yayın Matbaacılık Tesisleri, Ankara, 632-647.

SİVİL HAVACILIK GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2015). **Kargo Hizmetleri**, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

SONGUR, Gökçe (2016). Kargo Taşımacılığında Hizmet Kalitesi ve Kurumsal Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Konya İli'nde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

ŞEKKELİ, Zümrüt Hatice (2020). '**Dünya' da ve Türkiye'de Hava Kargo Taşımacılığına Genel Bir Bakış' Havayolu Endüstrisi Dinamikleri**, Ed. İbrahim Sarper Karakadılar ve Tanyeri Uslu, Nobel Akademik Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.

ŞEN, Yasemin ve Teoman Erdağ (2021). 'Havayolu Taşımacılığı Sektörü Gelişim Evrelerinin Pest Analizi İle Değerlendirilmesi: 5 Dönem + Covid-19 Pandemi Süreci Dönemi Kapsamında Bir İnceleme', **TroyAcademy**, 6(2), 422-461.

ŞEN, Gülaçtı (2021). 'Covid-19 Aşılarının Lojitiğinde Havacılık Endüstrisinin Rolü', **Journal of Aviation**, 5 (2), 127-141.

ŞEN, Gülaçtı ve Erhan Bütün (2021). 'Covid-19 Salgınının Havacılık Sektörüne Etkisi: Gig Ekonomisi Alternatifi', **Journal of Aviation Research**, 3(1), 106-127.

TAŞKOLU, Ömer Faruk (2022). 2008 Küresel Krizi ve Covid-19 Pandemisi Krizinin Hava Kargo Taşımacılığına Etkilerinin Karşılaştırmalı Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

TOPAL, Bayram ve Hasan Şahin (2019). 'Kurumsal Kargo Taşımacılığında Müşteri Memnuniyetinin Araştırılması', **Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi**, 2(2), 14-26.

TOSUN, Mehmet (2017). Havayolu Taşımacılığı Geleceği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı.

TUNA, Fatih (2019). Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Kurumsal İmaj, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

TÜRK HAVA YOLLARI HAVACILIK AKADEMİSİ (2016). **Özel Kargolar Ders Kitabı**, THY Havacılık Akademisi Kurumsal Çözüm Eğitimleri Müdürlüğü Eğitim Tasarım Grubu Yayınları, İstanbul.

UTIKAD (2020). 'UTIKAD Analysis: COVID-19 Impact on the Logistics Sector', **Aviation Turkey**, 1(4), 1-136.

ÜNÜVAR, İclal ve Hilal Aktaş (2022). 'Dünya'da ve Türkiye'de Covid-19 Pandemisinin Ekonomik Etkileri', **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi**, 25(1), 124-40.

YAKUT, Fikriye (2012). Hava Kargo Taşımacılığının Türkiye'deki Mevcut Durumu ve Geliştirilmesi için Yapılması Gerekenler, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

YALAMAN ENGİN, Deniz (2023). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Havayolu İşletmelerinin Hizmet Kalitesi ve Pazarlama İletişimi Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

YALÇINKAYA, Akansel (2019). 'Hava Kargo Kavramı ve Tarihçesi', **Hava Kargo ve Tehlikeli Maddeler**, Ed. Ali Emre Sarılgan, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 2-27.

YAVAŞ, Volkan ve Dilek Özsoy (2012). Türk Hava Kargo Sektörünün Avrupa'daki Yeri ve Önemi. 1.Ulusal Havacılık Teknolojisi ve Uygulamaları Kongresi, İzmir.

YAVAŞ, Volkan ve Burcu Aracıoğlu (2020). 'Hava Kargo Sektörü', **Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Güncel Araştırmalar**, Ed. Adem Kara ve Sinan Sönmez, Duvar Yayınları, Ankara, 165-186.

Elektronik Kaynaklar

URL<https://btsoekonomi.com/haber-detay/covid-19-salgini-surecinde-lojistik-sektoru> Erişim Tarihi: (25.06.2021).

URL<https://www.lojistikkulubu.ist/covid-19-ortaminda-hava-kargo-tasimaciligi/> Erişim Tarihi: (25.06.2021).

URL<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2020/08/Covid19-Pandemisinin-Tasimacilik-Sektorune-Olasi-Etkileri>. Erişim Tarihi: (19.12.2022).

URL<https://globelink-unimar.com/hava-kargo-pandeminin-getirdigi-yogun-bir-talep-yasiyor/> Erişim Tarihi: (21.12.2022).

URL<https://www.esalco.com/havayolu-kargo-tasimaciligi-nedir-ve-avantajlari-nelerdir/> Erişim Tarihi: (14.04.2023).

URL<https://www.kargohaber.com/pandemi-sonrasi-lojistikte-yeni-donem-dijitallesme-ile-basladi-6358h.htm> (Erişim Tarihi: 14.04.2023).

URL <http://www.havakargoturkiye.com/Kose-Yazarlari/Dr-Devrim-GUN/2/6/Hava-kargo-pazarinin-yapisi-ve-pazar-dinamikleri> Erişim Tarihi: (14.04.2023).

URL <https://www.trfreightline.com/hava-kargo-pazarinin-gelisimini-etkileyen-faktorler-nelerdir/> Erişim Tarihi: (14.04.2023).

URL <https://www.kto.org.tr/blog/kto-raporlari/ahmet-celik/hava-kargo-tasimaciligi-ve-turkiye> Erişim Tarihi: (14.04.2023)

URL <https://www.kargohaber.com/hava-kargo-bu-yil-191-milyar-dolar-gelirle-havacilikteki-buyumeyi-destekleyecek-6924h.htm> Erişim Tarihi: (14.04.2023)

URL <https://www.lojiport.com/lojistik-2021de-firsatlar-sunacak-109472h.htm> Erişim Tarihi: (14.04.2023).

URL <https://tr.euronews.com/2020/12/01/covid-19-as-lar-dunyaya-nas-l-dag-t-lacak-as-n-n-onundeki-engeller-neler> Erişim Tarihi: 14.04.2023

URL <https://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiyede-koronavirus-kaynakli-ilk-olum-467942.html> Erişim Tarihi: (14.04.2023).

EKLER

EK-1: Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı;

Bu anket Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Pazarlama ve Lojistik Yönetimi bölümünde yürütülmekte olan; **“Pandemi Döneminde Hava Kargo Taşımacılığının Kurumsal Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konya Örneği”** başlıklı yüksek lisans tez çalışması ile ilgili olarak hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında toplanacak verilerde gönüllülük usulü esas olup, elde edilen veriler yalnızca bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacaktır. Vermiş olduğunuz samimi cevaplar ile cevapsız madde bırakmamakta göstereceğiniz özen araştırma için çok önemlidir.

İlginiz, katkılarınız ve ayırdığınız zaman için teşekkür eder, iyi çalışmalar dileriz.

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TELLİ ÜÇLER

Meryem AKCA

NEÜ UBF Lojistik Yönetimi Bölümü

NEÜ SBE Yüksek Lisans Öğrencisi

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Cinsiyetiniz	☐ Kadın ☐ Erkek
2. Yaşınız	☐ 25 yaş ve altı ☐ 26-35 yaş ☐ 36-45 yaş ☐ 45 yaş ve üzeri
3. Eğitim Durumunuz	☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü
4. Firmanız hangi sektör üzerine çalışmaktadır ?	

5. Covid19 Pandemi döneminde Hava Kargo hizmeti satın aldınız mı ?	☐ Evet ☐ Hayır (Cevabınız 'Hayır' ise lütfen anketi sonlandırınız.)
--	--

Lütfen Pandemi (Covid19) döneminde hava kargo firmalarından almış olduğunuz hizmeti göz önünde bulundurarak ve kargo firmalarının genelini düşünerek aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi belirtiniz.

Pandemi (Covid19) Döneminde Lojistik Faaliyetlerde Müşteri Değeri Ölçeği					
<i>Bu bölümde hava kargo işletmelerinin pandemi döneminde müşteriye verdiği değerlere ilişkin görüşler yer almaktadır. Lütfen en yakın bulduğunuz tek seçeneği işaretleyiniz.</i>	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Pandemi döneminde diğer kargo şirketlerine göre daha iyi olduğunu düşündüğüm firmalar mevcuttu.					
2. Pandemi döneminde diğer kargo şirketlerine karşın tercih ettiğim ve tercih etmekle doğru bir iş yaptığımı düşündüğüm firmalar mevcuttu.					
3. Pandemi döneminde hava kargo işletmelerinin hizmetleri beklentilerimi tamamen karşılamaktaydı.					
4. Pandemi döneminde hava kargo işletmesinin firmamıza verdiği değer ulaştırılacak ürünün güvencesi ile eş değerd.					
5. Pandemi döneminde hava kargo işletmesi çalışanları, firmamızı hizmet konusunda bilgilendirmekteydi.					
6. Pandemi döneminde hava kargo işletmeleri tarafından firmamıza lojistik hizmet sürecinde her türlü bilgi verilmekteydi.					
7. Pandemi döneminde hava kargo işletmelerinin fiyatları verilen hizmet kalitesine göre oldukça uygundu.					
8. Pandemi döneminde hizmet aldığım hava kargo işletmesi rakiplerine oranla					

daha düşük fiyatlı ve kaliteli hizmet vermektedir.					
9. Pandemi döneminde hizmet satın aldığım hava kargo işletmesinin ulaştırılacak ürünü teslim hızı yüksekti.					
10. Pandemi döneminde hava kargo lojistik hizmeti önceden belirtilen sürede verilmektedir.					
11. Pandemi döneminde hava kargo işletmesi tarafından firmamıza taahhüt edilen hizmet ile yerine getirilen hizmet arasında fark yoktu.					
12. Pandemi döneminde hava kargo işletmesi taşınan ürünün kabulünden teslimine kadar ortaya çıkabilecek tüm riskleri üstlenmekteydi.					
13. Pandemi döneminde hava kargo işletme personeli nazik davranmaktaydı.					
14. Pandemi döneminde hava kargo işletmesinde müşteri ihtiyaçlarına ilişkin bilgiler işletme geneline aktarılmış ve tüm çalışanlarca bilinmekteydi.					
15. Pandemi döneminde ulaştırılmak istenen ürünün takibi internetten yapılabilmekteydi.					
16. Pandemi döneminde hava kargo işletmeleri tarafından müşteri şikayetleri en kısa sürede değerlendirilmekteydi.					
17. Pandemi döneminde hava kargo işletmesine istediğim zaman ulaşabilmekteydim.					
18. Pandemi döneminde hava kargo işletmelerinin şubeleri ulaşımına uygun yerdeydi.					