

## Pazarlama Aracı Olarak Yolcuların Tatil Tercihlerinin Analizinde Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Kullanımı

*Use of Geographic Information Systems in the Analysis of Vacation  
Preferences of Passengers as a Marketing Tool*

<b>Fatma Selin SAK</b> Anadolu Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, Eskişehir, Türkiye <a href="mailto:fatmaselinsak@anadolu.edu.tr">fatmaselinsak@anadolu.edu.tr</a>	<b>Özlem ATALIK</b> Anadolu Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, Eskişehir, Türkiye <a href="mailto:oatalik@anadolu.edu.tr">oatalik@anadolu.edu.tr</a>	<b>Hakan UYGUÇGİL</b> Anadolu Üniversitesi Yer ve Uzay Bilimleri Enstitüsü, Uydu ve Uzay Bilimleri Bölümü, Eskişehir, Türkiye <a href="mailto:uygucgil@anadolu.edu.tr">uygucgil@anadolu.edu.tr</a>
---	--	--

### Özet

Günümüzde yaşanan yoğun rekabet, teknolojik gelişim, yeni iş modellerinin oluşturulması diğer sektörlerde olduğu gibi havayolu sektöründe de kendini hissettirmektedir. Bu bağlamda her yıl milyarlarca yolcunun taşındığı havayolu taşımacılığında müşterilerin istek ve beklentilerini çözümlmek, müşterilerin demografik bilgilerini ve tercihlerini, havayolu işletmelerinin anlaması ve yeni teknolojileri pazarlama stratejileri ile birleştirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda etkinlik ve verimliliği sağlayarak, zaman ve maliyet azaltıcı yöntemlerden biri olan Coğrafi Bilgi Sistemleri, hem konumsal ve hemde konumsal olmayan verilerin kullanılması ile müşteri analizleri yapabilmekte ve haritalar aracılığıyla görselleştirme sağlayarak, verilerin hızlı bir şekilde yorumlanmasını ve böylece pazarlama stratejilerini geliştirerek karar alınmasını kolaylaştırmaktadır. Bunun yanı sıra müşterileri yoğunluklarının nerede olduğunu, ne satın aldıklarını, ne kadar uzağa seyahat etmeye istekli oldukları gibi ve daha pek çok satın alma davranışını anlamayı olanaklı kılarak zaman, para ve kaynak tasarrufu sağlamaktadır. Bu çalışmada, tatil amaçlı seyahat eden havayolu yolcularının profil ve tercihlerinin coğrafi bilgi sistemleri aracılığıyla analiz edilerek, ortaya konulması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Havayolu İşletmeleri, Havayolu Yolcuları, Profil ve Tercihler, Coğrafi Bilgi Sistemleri, Tematik Haritalar

### Abstract

*Today, intense competition, technological development, creation of new business models are felt in other sectors as well as in the airline sector. In this context, it is necessary to solve the customers' wishes and anticipations in the air transport carried by billions of passengers every year, and to combine the demographic information and preferences of the customers with the marketing strategies of the airlines which are meaningful and new technology. Within this context, Geographic Information Systems,*

*which is one of the time and cost reducing methods by providing efficiency and efficiency, can make customer analyzes by using both spatial and non-spatial data and provides visualization through maps to facilitate interpretation of data quickly and thus improve marketing strategies. It also saves time, money and resources by enabling customers to understand where their density is, where they buy, what they are willing to buy, how far they are willing to travel, and many more buying behaviors. In this study, it is aimed to analyze the profiles and preferences of airline passengers who travel for holiday by means of geographic information systems.*

**Key words:** *Airline Business Models, Airline Passengers, Profile and Preferences, Geographical Information Systems, Thematic Maps*