



**TÜRKİYE İÇ HATLAR HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI PAZARINDA
YOĞUNLAŞMA VE TOPLUMA SAĞLANAN FAYDA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Cem AVCI

Eskişehir 2024

**TÜRKİYE İÇ HATLAR HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI PAZARINDA
YOĞUNLAŞMA VE TOPLUMA SAĞLANAN FAYDA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Cem AVCI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sivil Havacılık Yönetimi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Ayla YAZICI

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Haziran 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Cem Avcı'nın "Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında yoğunlaşma ve topluma sağlanan fayda üzerindeki etkisi" başlıklı tezi 18/07/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, Sivil Havacılık Yönetimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Unvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı)	: Doç. Dr. Ayla YAZICI	
Üye	: Doç. Dr. Eda ÖZEN	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Ergün KAYA	

Prof. Dr. Saime ÖNCE
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ÖZET

TÜRKİYE İÇ HATLAR HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI PAZARINDA YOĞUNLAŞMA VE TOPLUMA SAĞLANAN FAYDA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Cem AVCI

Sivil Havacılık Yönetimi Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Haziran 2024

Danışman: Doç. Dr. Ayla YAZICI

Yapı-davranış-performans paradigmasına göre pazar yapısı işletme davranışlarını etkileyerek pazarın performansını belirleyici bir rol oynar. Bir sektörde ya da pazarda yoğunlaşmanın yükselmesi, işletmelerin rekabetçi davranışlar sergilememesine ve sektörün topluma sağladığı fayda performansının düşmesine yol açar. Havayolu taşımacılığı tarihinde bu paradigmanın geçerliliği serbestleşme sonrası düşen yoğunlaşma ve oluşan rekabetçi yapı sonucu topluma sağlanan faydadaki hızlı artışla gözlenmiştir. Türkiye’de de dünyada olduğu gibi iç hatlar serbestleşmesi sonrası insanların havayolu taşımacılığına ulaşımı kolaylaşmış, pazardaki uçuş sayısı ve taşınan yolcu sayısı takip eden yıllarda oldukça hızlı yükselmiştir. Ancak bir noktada pazara girişler durmuş, giren havayolu işletmeleri iflas etmeye ve pazardan çıkmaya başlamış, pazar yoğunlaşması ise tekrar yükselme eğilimine girmiştir.

Araştırma, Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığının topluma sağladığı faydayı artırmak amacıyla yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda 2000-2023 yılları arası, yani serbestleşme yıllarından günümüze kadar olan süreç için havayolu işletmelerinin iç hatlarda taşıdıkları yıllık yolcu sayıları üzerinden pazar payları elde edilmiştir. Elde edilen pazar paylarından n-Firma Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl-Hirschmann endeksleriyle yoğunlaşma ölçümü gerçekleştirilmiştir. Havayolu işletmelerinin pazar paylarının ve pazarın yoğunlaşma endeks değerlerinin bu süreçteki değişimi yorumlanmıştır. Sonraki aşamada, yoğunlaşma endeksinin yıllık değişim oranı ile pazarda taşınan toplam yolcu sayısının yıllık değişim oranı ve pazara arz edilen toplam uçuş sayısının yıllık değişim oranı verileri Zaman Serilerinde En Küçük Kareler yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, yoğunlaşmadaki değişim oranının yolcu ve uçuş sayısındaki değişim oranı üzerinde ters yönlü etkisi olduğu tespit edilmiştir. Sürekli artan yoğunlaşmanın azaltılması için politika önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Havayolu taşımacılığı, Havayolu ekonomisi, Pazar yoğunlaşması, Rekabet, Zaman serileri analizi

ABSTRACT

CONCENTRATION IN TÜRKİYE'S DOMESTIC AIRLINE TRANSPORTATION MARKET AND ITS IMPACT ON SOCIAL BENEFIT

Cem AVCI

**Department of Civil Aviation Management
Anadolu University, Graduate School, June 2024
Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ayla YAZICI**

According to the structure-conduct-performance paradigm, market structure plays a decisive role in determining the performance of the market by influencing business behaviour. An increase in concentration of a sector or market leads to a lack of competitive behaviour of businesses and a decrease in the performance of the sector's benefits to society. In the history of airline transportation, the validity of this paradigm has been observed with the rapid increase in the benefits to society as a result of competitive structure and decreasing concentration after the deregulation. In Türkiye, as in the rest of the world, access to airline transportation became easier after the deregulation of domestic routes, and the number of flights and passengers carried in the market increased rapidly in the following years. However, at some point, market entry stopped, airline companies started to go bankrupt and exit the market, and market concentration started to increase again.

The research has been conducted with the aim of increasing the benefits of domestic airline transportation in Türkiye to the society. Accordingly, the market shares of airline companies for the period between 2000 and 2023, i.e. from the years of deregulation until present, were obtained from the annual number of passengers carried by airlines on domestic routes. Concentration was measured with n-Firm Concentration Ratio and Herfindahl-Hirschmann indices from the market shares. The changes in the market shares of airline companies and the concentration index values of the market in this process were interpreted. In the next stage, the annual rate of change in the concentration index, passengers carried and flights offered to the market were analysed using the Least Squares method for Time Series Analysis. The analysis reveals that the rate of change in concentration has an inverse effect on the rate of change in the number of passengers and flights. Policy recommendations have been made to reduce the increasing concentration.

Keywords: Airline transportation, Airline economics, Market concentration, Competition, Time series analysis

ÖNSÖZ

Tez çalışmamın konusunu bir dersi sırasında bulduğum, kendisiyle çalışmaktan mutluluk duyduğum, çalışmanın hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Ayla YAZICI'ya; havacılığa ilk adımı attığım akademik hayatımın başlangıcından beri benim için öğretici olan, gelişimimde önemli role sahip, tezimin daha iyi olması için oldukça emek ve zaman harcayan değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Ergün KAYA'ya; savunma jürimde bulunup tavsiye ve destekleriyle tezime katkı sağlayan, çalışmalarını keyifle takip ettiğim hocam Doç. Dr. Eda ÖZEN'e; ayrıca, alanımda gelişmemi sağlayan, ufkumu açan, Eskişehir'deki lisans ve yüksek lisans öğrenimimde üzerimde emekleri olan hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamı yaptığım süreç boyunca görüşlerini, desteğini ve yardımlarını esirgemeyerek tezime katkı sağlayan Öğr. Gör. Hatice DAL'a ve bu süreçte maddi ve manevi desteğini gördüğüm, aynı çalışma ortamını paylaştığım diğer mesai arkadaşlarıma gönülden teşekkür ederim.

Son olarak, her zaman yanımda olan, tezimi yazdığım süreçte yüksek özveri ve sabır gösteren annem, babam ve kardeşime sevgi ve minnetlerimi sunarım.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Cem AVCI

İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI.....	4
1.1. Taşımacılık ve Hava Taşımacılığı Kavramları.....	4
1.2. Hava Taşımacılığı İçinde Havayolu Taşımacılığı Kavramı	5
1.2.1. Tarifeli havayolu taşımacılığı	5
1.2.2. Tarifesiz havayolu taşımacılığı.....	6
1.3. Havayolu Taşımacılığının Tarihsel Gelişimi	6
1.3.1. Oluşum evresi	7
1.3.2. Büyüme evresi.....	8
1.3.3. Olgunlaşma evresi	8
1.3.4. Serbestleşme evresi.....	9
1.4. Havayolu İşletmeleri.....	11
1.4.1. ICAO tarafından yapılan havayolu işletmesi sınıflandırmaları	11
1.4.2. Rekabet stratejileri açısından (oluşturdukları iş modellerine göre) havayolu işletmelerinin sınıflandırılması	14

1.4.2.1. Geleneksel havayolu işletmeleri	16
1.4.2.2. Düşük maliyetli havayolu işletmeleri	17
1.4.2.3. Charter havayolu işletmeleri	18
1.4.2.4. Bölgesel havayolu işletmeleri	18
1.4.2.5. Kargo havayolu işletmeleri	19
1.5. Havayolu Taşımacılığında Arz ve Talep	20
1.5.1. Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmetin bileşenleri	22
1.5.1.1. Fiyat bileşeni	23
1.5.1.2. Tarife temelli bileşenler	23
1.5.1.3. Konfor temelli bileşenler	24
1.5.1.4. Sağlanan kolaylıklarla ilgili bileşenler	25
1.5.1.5. İtibar temelli bileşenler	25
1.5.2. Havayolu taşımacılığı arzının özellikleri	26
1.5.3. Havayolu taşımacılığında talebi etkileyen faktörler	27
1.5.3.1. Havayolu işletmesinin arzından bağımsız faktörler	27
1.5.3.1.1. Gelir düzeyi	28
1.5.3.1.2. İkame ve tamamlayıcı hizmetler	29
1.5.3.1.3. Nüfus, nüfusun sosyokültürel özellikleri ve bulunduğu coğrafya ile ilgili faktörler	30
1.5.3.2. Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmetin bileşenleriyle ilgili faktörler	31
1.5.3.2.1. Fiyat	32
1.5.3.2.2. Uçuş tarifi ile ilgili faktörler	33
1.5.3.2.3. Yolcuya sağlanan konfor	34
1.5.3.2.4. Havayolunun sağladığı kolaylıklar	35
1.5.3.2.5. Havayolunun itibarı	36
1.5.4. Havayolu taşımacılığı talebinin özellikleri	37
1.5.4.1. Dalgalı ve döngüsel seyir	37
1.5.4.2. Sezonluk ve belirli zamanlarda değişkenlik	37

1.5.4.3. Belirli zamanlarda belirli yönde akış.....	39
1.6. Makroekonomik Faktörlerin Havayolu Taşımacılığı Sektörü Üzerindeki Etkisi.....	39
1.7. Krizlerin Havayolu Taşımacılığı Sektörü Üzerindeki Etkisi	43

İKİNCİ BÖLÜM

2. HAVAYOLU TAŞIMACILIĞINDA REKABET, YOĞUNLAŞMA VE PİYASA YAPISI.....	49
2.1. Rekabet ve Yoğunlaşma Kavramları	49
2.2. İktisat Okullarının Yoğunlaşma, Rekabet ve Kârlılık İlişkisine Yaklaşımları	50
2.3. Piyasa (Pazar) Yapıları.....	52
2.3.1. Tam rekabet piyasası	53
2.3.2. Monopol (tek el) piyasa	55
2.3.3. Monopolcü (tek elci) rekabet piyasası	57
2.3.4. Oligopol piyasa	58
2.4. Havayolu Pazarı ve Pazar Yapısı.....	62
2.5. Havayolu Taşımacılığında Yoğunlaşmanın Belirleyicileri	64
2.5.1. Ekonomik düzenlemeler	64
2.5.1.1. Pazara erişim.....	67
2.5.1.2. Pazara giriş.....	68
2.5.1.3. Fiyat tarifiesi	70
2.5.1.4. Kapasite	71
2.5.2. Serbest piyasadaki ekonomik koşullar	72
2.5.2.1. Pazara giriş engelleri	73
2.5.2.1.1. Ölçek, kapsam ve yoğunluk ekonomileri	73
2.5.2.1.2. Yatırım ve işletme maliyeti	75
2.5.2.1.3. Rakiplerin tepki süresi	77
2.5.2.1.4. Müşteri Sadakati	77

2.5.2.2. Birleşmeler	78
2.5.2.3. Pazardan çıkışlar	80
2.6. Havayolu Taşımacılığında Yoğunlaşmanın ve Eksik Rekabetin Potansiyel Zararları	81
2.7. Literatürde Havayolu Taşımacılığında Yoğunlaşmayı Ölçen Çalışmalar	84

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE İÇ HATLAR HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI PAZARINDA YOĞUNLAŞMA VE TOPLUMA SAĞLANAN FAYDA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.....	89
3.1. Araştırmanın Problemi.....	93
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	94
3.3. Araştırmanın Kapsamı	94
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	97
3.4.1. Verilerin elde edilmesi.....	97
3.4.2. Verilerin analiz edilmesi	98
3.5. Bulgular ve Yorumlar.....	101
3.5.1. Havayolu işletmelerinin payları ve pazar yoğunlaşması	101
3.5.2. Yoğunlaşma değişiminin yolcu sayısı değişimi ve uçuş sayısı değişimi üzerindeki etkisi	108
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	119
KAYNAKÇA.....	125
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. 2019 verilerine kıyasla sonraki yıllar için dünya tarifeli yolcu taşımacılığı üzerindeki Covid-19 etkisi	46
Tablo 1.2 Havayolu taşımacılığında Covid-19 Süreci: 2019-2022.....	47
Tablo 3.1 Özel havayolu işletmelerinin iç hatlar pazar payı.....	90
Tablo 3.2 İç hatlar havayolu taşımacılığı pazarının serbestleşme sonrası gelişimi	93
Tablo 3.3 2000 yılı sonrasında Türkiye tarifeli iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren havayolu işletmeleri.....	95
Tablo 3.4 Augmented Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi sonuçları.....	111
Tablo 3.5 $\% \Delta YOLCU$ bağımlı değişkenli modelin regresyon analizi sonuçları	111
Tablo 3.6 $\% \Delta UÇUŞ$ bağımlı değişkenli modelin regresyon analizi sonuçları	113
Tablo 3.7 Breusch-Godfrey LM otokorelasyon testi sonuçları.....	115
Tablo 3.8 Breusch-Pagan-Godfrey değişen varyans testi sonuçları.....	116
Tablo 3.9 White değişen varyans testi sonuçları.....	116
Tablo 3.10 Jarque-Bera normal dağılım testi sonuçları	117

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1 Sektördeki rekabeti belirleyen güçler	15
Şekil 1.2. Üç Genel Strateji	16
Şekil 1.3 2016-2020 yılları arası gerçek RPK ve sezonluk fark ayarlanarak oluşturulmuş ortalama RPK değerleri.....	38
Şekil 1.4 2000-2020 yılları arasında dünyada RPK büyüme oranı ve dünya GSYİH büyüme oranı ilişkisi	40
Şekil 1.5 2005-2019 yılları arası Çin Halk Cumhuriyeti’nde TÜFE ve iç hatlar RPK değişimi.....	41
Şekil 1.6 2005-2019 yılları arası Çin Halk Cumhuriyeti’nde TÜFE ve RPK değişimi arasındaki negatif korelasyon.....	42
Şekil 1.7 1945-2020 yılları arası dünyada yaşanan krizlerin ücretli yolcu kilometre değeri üzerindeki etkileri	44
Şekil 1.8 Havayolu taşımacılığı sektörü toplam geliri ve Covid-19 süreci	47
Şekil 2.1. Tam rekabet piyasasında firmaya ve piyasaya olan talep	54
Şekil 2.2 Mahkûm ikilemi (prisoner’s dilemma).....	60
Şekil 3.1. Havayolu işletmelerinin iç hatlar yolcu payları	102
Şekil 3.2 2000-2023 arası CR2 ve HHI yoğunlaşma değerleri	105
Şekil 3.3 2000-2023 arası HHI değeri, yolcu sayısı ve uçuş sayısı.....	109
Şekil 3.4 Yolcu değişim oranı ($\% \Delta YOLCU$) ve HHI değişim oranı ($\% \Delta HHI$) grafiği	110
Şekil 3.5 Uçuş değişim oranı ($\% \Delta UÇUŞ$) ve HHI değişim oranı ($\% \Delta HHI$) grafiği.....	110

Şekil 3.6 % Δ YOLCU bağımlı değişkenli modelin dağılım grafiği.....	113
Şekil 3.7 % Δ UÇUŞ bağımlı değişkenli modelin dağılım grafiği.....	115
Şekil 3.8 % Δ YOLCU bağımlı değişkenli model için normal dağılım grafiği	117
Şekil 3.9 % Δ UÇUŞ bağımlı değişkenli model için normal dağılım grafiği.....	118



KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADA	: The Airline Deregulation Act (Havayolu Serbestleşme Yasası)
ADF	: Augmented Dickey-Fuller (Genişletilmiş Dickey-Fuller)
ASK	: Available Seat Kilometres (Arz Edilen Koltuk Kilometre)
ATK	: Available Tonne Kilometres (Arz Edilen Ton Kilometre)
CAB	: Civil Aeronautics Board (Sivil Havacılık Kurulu)
CRn	: n-Firm Concentration Ratio (n-Firma Yoğunlaşma Oranı)
DHMI	: Devlet Hava Meydanları İşletmesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EKK	: En Küçük Kareler
FFPs	: Frequent Flyer Programs (Sık Uçan Yolcu Programları)
GDP	: Gross Domestic Product (Gayrisafi Yurt İçi Hasıla)
GSYİH	: Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
HHI	: Herfindahl-Hirschmann Index (Herfindahl-Hirschmann Endeksi)
ICAO	: International Civil Aviation Organization (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü)
IATA	: International Air Transport Association (Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği)
İHT	: İkili Havayolu Taşımacılığı
LF	: Load Factor (Doluluk Oranı)
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü)
PLF	: Passenger Load Factor (Yolcu Doluluk Oranı)
RPK	: Revenue Passenger Kilometres (Ücretli Yolcu Kilometre)
RTK	: Revenue Tonne Kilometres (Ücretli Ton Kilometre)
SHGM	: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
SHY-6A	: Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği
TÜFE	: Tüketici Fiyat Endeksi

GİRİŞ

Havayolu taşımacılığı, başladığı günden itibaren devamlı büyüme eğilimindedir. Tarihte yaşanan savaşlar, krizler ve salgınlar gibi olağan seyrin dışındaki olaylarda geçici şoklar ve gerilemeler yaşansa da bu şokların hemen sonrasında büyüme eğilimini sürdürmüştür. Teknolojik gelişmelerin devamlılığı, artan nüfus, kümülatif olarak artan altyapı, zamanlamanın önemi, küreselleşme gibi nedenler havayolu taşımacılığı faaliyetlerinin ve bundan yararlanan insan sayısının artarak devam etmesini sürekli kılmaktadır. Dolayısıyla havayolu taşımacılığının gelişimine yaklaşım gelişimin yaşanıp yaşanmadığından ziyade gelişim hızına ya da boyutuna yönelik olmalıdır.

Tarihte bu gelişimi hızlandıran en önemli hareketlerden biri 1978 yılında ABD'nin iç hatlarında başlattığı ve sonrasında tüm dünyaya yayılan serbestleşmedir. Serbestleşme hareketiyle devletlerin sektör üzerinde ekonomik anlamdaki kontrolü azalmış ve sektördeki işletmelerin ve arzın boyutu hızlı artış göstererek sektör rekabetçi yapıya ulaşmıştır. Pazara giren yeni işletmeler, artan arz, artan rekabet ve bunların sonucunda artan sektörel etkinlik toplumun havayolu taşımacılığından edindiği faydanın kısa sürede hızlı yükselmesine yol açmıştır.

Bu durum iktisadi literatürle de eşleşmektedir. Harvard Okulu'nun yapı-davranış-performans paradigmasına göre bir sektörde rekabetçi yapının olması sektördeki işletmelerin davranışlarını belirleyerek sektörün performansını ve tüketiciye sağladığı faydayı olumlu yönde etkiler. Yoğunlaşmanın düşük olduğu rekabetçi yapıdaki piyasalarda işletmeler yüksek kâr elde edebileceği şekilde fiyatlandırma yapamaz ya da çıktılarını kısımaz. Bu nedenle kâr edebilmek ve tüketicinin himayesini elde edebilmek için maliyetlerini düşürmeye, faaliyetlerini ve faaliyetlerinde etkinliği artırmaya ve tüketiciye sağladığı faydayı yükseltmeye çabalar.

Türkiye'de havayolu taşımacılığında ilk serbestleşme adımı 1983 yılında çıkarılan 2920 Sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu ve kanuna dayanarak hazırlanan Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği (SHY-6A) ile atılmasına rağmen özellikle iç hatlar pazarında rekabetçi yapı sağlanamamıştır. Pazara girişin önünü açan yasanın fiyat tarifesi ve kapasite belirlenmesi konusunda sıkı düzenlemelere tabi olması, sonrasında ise devlet sahipliğindeki Türk Hava Yolları'nın rekabetten korunması amacıyla pazara girişi de kısıtlayıcı kararlar alınması iç hatlarda topluma sağlanan faydanın artırılmasının önüne geçmiştir. Ancak 2001-2006 yılları arasında rekabetçi yapıyı destekleyecek adımlar atılması, özellikle 2003 yılına gelindiğinde pazara girişi kısıtlayan kararların kaldırılması

Türkiye iç hatlar pazarındaki gelişimin hızını oldukça artırmıştır. Pazarda faaliyet gösteren işletme sayısı, taşınan yolcu sayısı, arz edilen uçuş sayısı hızla yükselmiş, devletin teşvikleri ve işletmelerin maliyet azaltmaya yönelik uyguladıkları strateji bilet fiyatlarını aşağı çekerek bu yükselmeyi desteklemiştir. Takip eden yıllarda pazardaki yoğunlaşma geçmişe kıyasla oldukça düşük seviyelere kadar inmiştir.

Nitekim 2011 yılından sonra Türkiye iç hatlar pazarına giren havayolu işletmesi olmamış, serbestleşme sonrasında pazara giren havayolu işletmelerinin çoğu iflas ederek pazardan çıkmış, pazardaki yoğunlaşma sürekli artış göstermiştir. 2023 yılına gelindiğinde Türkiye iç hatlar pazarında tarifeli taşımacılık faaliyeti gösteren sadece 3 havayolu işletmesi kalmıştır. Pazar yoğunlaşma endeksi ise serbestleşme sonrasındaki en yüksek seviyeye ulaşmıştır.

Bu çalışma, havayolu taşımacılığında yoğunlaşma ve toplumsal fayda arasındaki ilişkiyi konu almakta, havayolu taşımacılığında elde edilen toplumsal faydanın artırılmasına yönelik öneri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında yoğunlaşmanın günümüze kadar olan süreçteki değişimini ortaya koymak, bu değişimin topluma sağlanan fayda üzerindeki etkisini ampirik olarak kanıtlamak hedefiyle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde, havayolu taşımacılığına ilişkin kavramsal çerçeveye değinilmiştir. Bununla beraber havayolu taşımacılığının ekonomik unsurlarına, arz ve talebin özelliklerine, sektörün makroekonomik değişkenlere ve ekonomik kriz, savaş, terör, salgın gibi olaylara gösterdiği tepkilere yer verilmiştir.

İkinci bölümde; rekabet, yoğunlaşma ve piyasa yapılarına ilişkin teorik çerçeve konu alınmış, iktisat okullarının bu kavramlara yaklaşımı üzerinde durulmuştur. Ayrıca havayolu taşımacılığında yoğunlaşmanın belirleyicileri ve eksik rekabetin yaratabileceği sorunlar ifade edilmiştir.

Üçüncü bölümde öncelikle Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığının serbestleşme öncesi gelişimine ve serbestleşme dönemine değinilmiştir. Daha sonra serbestleşmenin başladığı yıllardan günümüze kadar olan süreç için havayolu işletmelerinin pazar payları ortaya konulmuştur. Pazar payları üzerinden n-Firma Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl-Hirschmann Endeksleriyle pazarın yoğunlaşma ölçümü yapılmış, işletmelerin pazar paylarının ve pazardaki yoğunlaşmanın değişimi yorumlanmıştır. Son olarak, bu süreç içerisinde Herfindahl-Hirschmann Endeksindeki değişimin pazarda taşınan yolcu sayısı ve pazara arz edilen uçuş sayısı üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Zaman serileriyle yapılan

analizlerde seriler durağan değilse doğru bir sonuç elde edilemez. Ölçülecek olan değişkenlerin ortalamaları sürekli artan veya sürekli azalan bir yol izleyebilir. Dolayısıyla değişkenlerin değerlerinin bir yıl yüksek olması önceki yıllardaki yükselişin yansıması olabilir. Bu nedenle çalışmada yolcu ve uçuş sayıları yerine yıllık olarak değişim yüzdeleri ele alınmıştır. İç hatlarda taşınan yolcu sayısındaki yıllık değişim oranının, iç hatlarda pazara arz edilen uçuş sayısındaki yıllık değişim oranının ve Herfindahl-Hirschmann Endeks değerinin yıllık değişim oranının durağanlığı Augmented Dickey-Fuller (ADF) birim kök testiyle sınanmıştır. Durağan oldukları belirlendikten sonra Herfindahl-Hirschmann Endeksi yıllık değişim oranının yolcu değişim oranı ve uçuş değişim oranı üzerindeki etkisi En Küçük Kareler (EKK) yöntemiyle analiz edilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI

1.1. Taşımacılık ve Hava Taşımacılığı Kavramları

İnsanlar, varoluşlarından itibaren ihtiyaçlarını karşılamak için bir yerden başka bir yere gitmek ve beraberinde sahip oldukları şeyleri götürmek durumunda kalmışlardır. İlkel zamanlarda herhangi bir araç kullanmadan yapılan bu yer değiştirme işleminin kolaylaştırılması ya da yaya gidilmesi imkânsız yerlerin de ulaşılabilir olması için çeşitli araç buluşları gerçekleştirilmiştir. Karada tekerlek, suda sal ile başlayan bu buluşlar günümüzde su altında gidebilen, havada uçabilen, hatta havanın ötesinde uzayda seyreden araçlara kadar geliştirilmiştir (Kaya, 1997, s. 6; 2013, s. 8).

Genel anlamıyla canlı veya cansız varlıkların bir noktadan diğerine herhangi bir şekilde götürülmesine taşımacılık adı verilir. Türk Dil Kurumu “taşımak” sözcüğünü “bir şeyi bir yerden alıp başka bir yere götürmek; gezdirmek” ifadesiyle tanımlarken aynı sözcük öbeğinden gelen “taşımacılık” kavramını “insan, mal vb.nin çeşitli araçlarla bir yerden bir yere taşınması işi; nakliyatçılık, nakliyecilik, nakliyat, transport” şeklinde tanımlamaktadır (http-1). Başka bir tanıma göre taşıma eylemi; varlıkların bulunduğu yerden başka bir yere, ihtiyaçların karşılanması ve fayda elde edilmesi gibi amaçlarla hareket ettirilmesidir (Koban ve Keser, 2010, s. 122). Ekonomik açıdan ele alındığında taşımacılık; ihtiyaçlar doğrultusunda, insanların veya yüklerin yer ve zaman faydası sağlayacak şekilde yer değiştirmelerine olanak tanıyan bir hizmet olarak tanımlanabilir (Kaya, 1997, s. 6; 2013, s. 4).

Taşımacılık tanımına bakıldığında; taşınacak varlık, yer değiştirme eylemi ve taşıma aracı olmak üzere üç esas bileşen dikkat çekmektedir. Tanımda yer alan üç esas bileşenden biri olan taşıma aracının türünün taşımacılığın türünü belirlediği söylenebilir. Bu kapsamda hava taşımacılığını; canlı veya cansız varlıkların, diğer bir deyişle yolcunun, kargonun ya da postanın yer ve zaman faydası sağlayacak şekilde, bir hava aracı kullanarak havadan yer değiştirmesi olarak tanımlamak mümkündür (Gerede, 2002, s. 13; 2015a, s. 3). Herhangi bir hava aracıyla havadan gerçekleştirilen yer değiştirme işleminin; kullanılan hava aracının çeşidine, işlemin amacının ticari olup olmadığına, taşınan varlığın sayısına ya da türüne bakılmaksızın hava taşımacılığı kapsamında olduğu söylenebilir.

1.2. Hava Taşımacılığı İçinde Havayolu Taşımacılığı Kavramı

Havacılık adına yapılan faaliyetlerin merkezinde hava taşımacılığı yer alır. Havacılık üretimi, tasarımı, bakım ve onarımı, havaalanı hizmetleri, hava seyrüsefer hizmetleri, havacılık eğitimi ve havacılık düzenlemelerinden oluşan havacılık faaliyetleri esasında hava taşımacılığının emniyetli, güvenli ve etkin şekilde gerçekleştirmesini sağlamak için vardır (Gerede, 2015a, s. 3).

Havayolu taşımacılığı kavramı ise hava taşımacılığı kavramına göre daha özel ve kısıtlı bir kavramdır. Bir hava taşımacılığı eyleminin havayolu taşımacılığı kapsamına girmesi için hava aracıyla gerçekleştirilen taşıma işleminin öncelikle ticari amaçla yapılması gerekir. Ticari bir amaçla yapılmasının yanında bir diğer kıstas kamuya açık olması, yani hizmetin toplumun erişimine arz edilmesidir. Kamuya arz edilen hava taşımacılığının seferlik olarak sunduğu arz büyüklüğü de ayırım yapmada bir kıstastır. Taşıma kapasitesinin belirli bir sınırın üstünde olması havayolu taşımacılığını diğer ticari amaçlı hava taşımacılığı faaliyetlerinden (hava taksi ve özel iş jeti) ayırmaktadır (Gerede, 2006). Dolayısıyla kıstaslar doğrultusunda havayolu taşımacılığı; yolcunun ve yükün ticari amaç güdülerek, ücret veya kira karşılığında, belirli bir taşıma kapasitenin üzerindeki sabit kanatlı hava araçları (uçaklar) kullanılarak gerçekleştirilen kamuya açık seferlerle bir noktadan diğerine ulaştırılması şeklinde tanımlanabilir.

Havayolu taşımacılığı faaliyeti, tarifeli veya tarifesiz olmak üzere 2 şekilde gerçekleştirilebilir (ICAO, 2018, s. xx).

1.2.1. Tarifeli havayolu taşımacılığı

Tarifeli havayolu taşımacılığı, daha önceden belirlenmiş, yayınlanmış ve halkın rezervasyon yapabildiği bir programa göre gerçekleştirilen uçuşları kapsar. Tarifeli havayolu taşımacılığında belirli bir zaman dilimi (sezon) içerisinde haftanın belirli gün ve saatlerine planlanmış ve her hafta düzenli olarak aynı şekilde tekrarlanan uçuşlardan söz edilebilir (ICAO, 2013, s. I.1.3; 2017, s. 1.12; Wensveen, 2015, s. 287). Örnek vermek gerekirse, bir havayolu işletmesinin belirli bir tarihe kadar (diğer bir deyişle mevcut sezonun sonuna kadar) her hafta çarşamba günü saat 10:00'da A şehrinden B şehrine olan uçuşu tarifeli bir uçuştur ve istendiği takdirde, muhtemelen ileriki haftalara da aynı gün ve saate rezervasyon yapılabilir.

Uçuş tarifeleri, yaz ve kış olmak üzere yılda 2 sezon şeklinde oluşturulur. Havayolu işletmeleri sezonluk olarak oluşturdukları ve her hafta aynı gün ve saatlerde tekrarlanan

uçuşları içeren tarifelere göre; slot ve permi alımı, filo planlama, ekip planlama, yer hizmetleri anlaşmaları gibi planlamaları da sezonluk olarak gerçekleştirirler (IATA, 2011, s. 87; 2019, s. 95).

1.2.2. Tarifersiz havayolu taşımacılığı

Tarifersiz havayolu taşımacılığı denilince akla plansızlık gelmemelidir. Havayolu taşımacılığı faaliyetleri sistemli ve karmaşık bir süreç olması dolayısıyla kesinlikle planlama gerektirir. Ancak tarifersiz havayolu taşımacılığının farkı tarifeli havayolu taşımacılığında olduğu gibi her hafta belirli gün ve saatlerde kendini tekrarlamamasıdır. Dolayısıyla sezonluk katı bir program şeklinde değil sefer temelinde planlanmaktadır (ICAO, 2013, s. I.1.3; Wensveen, 2015, s. 287).

Tarifersiz havayolu taşımacılığı denildiğinde bu tür faaliyetlerden biri olan charter sefer ya da charter uçuş kavramından bahsetmek yerinde olacaktır. Zaman zaman toplumda tarifersiz uçuş ve charter uçuş kavramları birbirleri yerine kullanılıyor olsa da tam olarak aynı anlama gelmezler ve her tarifersiz uçuş charter uçuş değildir (ICAO, 2016, s. 4.6). Charter uçuşlar, havayolu işletmesi ile havayolu işletmesinin uçağını ve uçakla birlikte verilecek hizmetleri kiralamak isteyen tarafın anlaşmasıyla planlanan tarifersiz seferlerdir. Bu tür uçuşlar, havayolunun taşımacılık hizmetini topluma doğrudan arz etmek yerine bir etkinlik işletmesi (tur operatörü vb.) aracılığıyla dolaylı olarak arz ettiği uçuşlardır (Wensveen, 2015, s. 287). Charter uçuşlara Müslümanların belirli zamanlarda topluca katılım sağladığı umre uçuşları örnek verilebilir. Diğer bir örnek dünyaca ünlü bir festivale tur operatörlerinin müşterilerini götürüp getirmek için havayolu işletmeleriyle anlaşarak uçuş planlaması olabilir. Charter olmayıp da tarifersiz uçuş kapsamına giren bir uçuş örneği vermek gerekirse; bir havayolu işletmesinin özel bir durum dolayısıyla bir hafta bir şehre talebin artması sonucu tarifeli seferlerinin dışında programına ilave olarak planladığı bir uçuş, örnek olarak verilebilir.

Charter havayolu taşımacılığına ilerleyen bölümlerde “Charter havayolu işletmeleri” başlığı altında tekrar değinilecektir.

1.3. Havayolu Taşımacılığının Tarihsel Gelişimi

Havadan ağır ve güç kaynağı olan bir araçla insanlı ilk uçuşlar 17 Aralık 1903 günü Orville ve Wilbur Wright kardeşler tarafından gerçekleştirilmiştir. İlk uçuşu Orville, 12 saniye uçup 37 metre kat ederek yaparken gün içindeki en uzun uçuş olan dördüncü ve

son uçuşu kardeşi Wilbur 59 saniyede 260 metre uçarak tamamlamıştır (Grant, 2017, s. 26). Bu uçuşla başlayan havadan ağır motorlu bir araçla insanlı uçuş faaliyetleri ilk senelerde sadece uçağı geliştirmek ve daha fazla uçabilmek üzerineydi. Ticari kapsamda kayda geçen ilk uçuş 1914 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) Florida eyaletinde St. Petersburg'dan Tampa'ya Benoist adındaki uçan gemiyle (havadan ağır motorlu bir hava aracıdır ancak alt tarafı bir tekne şeklindedir ve suya iniş yapar) gerçekleşmiştir. Tony Jannus isimli pilot eski St. Petersburg belediye başkanı Abram C. Phei'yi ücreti karşılığında Tampa'ya ulaştırmıştır (Iatrou, 2014, s. 21). Her ne kadar ilk ticari hava taşımacılığı hizmeti 1914 yılında kayda geçmiş olsa da aynı sene başlayan I. Dünya Savaşıyla birlikte uçuş faaliyetleri askeri amaçlar için yapılmaya başlanmıştır ve bu amaçlar doğrultusunda gelişim göstermiştir. Havayolu taşımacılığı kapsamına yaklaşması yani ticari amaçlarla yer ve zaman faydası sağlayan bir hizmet olmaya başlaması ise I. Dünya Savaşı sonrası olmuştur (Brooks, 1967).

Havayolu taşımacılığının tarihsel gelişimi 4 evrede incelenmektedir. Bu evreler; oluşum evresi (formative period), büyüme evresi, olgunlaşma evresi, serbestleşme evresidir (Wensveen, 2015, s. 45).

1.3.1. Oluşum evresi

I. Dünya Savaşının geride kalmasıyla tekrar sivil amaçlara odaklanan havacılık, havadan taşımacılık hizmeti faaliyetlerine 1918 yılında hava posta servisi ile başlamıştır. Bu yılda ABD'de New York – Chicago arasında hava postası rotası oluşturulmuş ve ticari posta uçuşları düzenli bir şekilde yapılmaya başlanmıştır (Wensveen, 2015, s. 45). 1919 yılında ise Avrupa da yolcu uçuşlarına başlanmıştır. Almanya Berlin-Weimar arasında düzenli ticari yolcu uçuşları planlamış, Paris-Londra arasında ilk uluslararası ticari yolcu uçuşu 11 ücretli yolcuyla gerçekleştirilmiştir (Iatrou, 2014, s. 24).

Bu dönemde, keşfi uçağın öncesine dayanan havadan hafif hava gemileriyle (gövdesi metal iskeletle güçlendirildikten sonra, güçlendirilmiş halini keşfeden Alman komutan Ferdinand Von Zeppelin'in adını almış "Zeplin (Zeppelin)" olmuştur.) ticari yolcu uçuşları yapılmış hatta bu araçlarla Atlantik okyanusu geçilmiştir (Grant, 2017, s. 57). Tarihte ilk havayolu işletmesi hava gemisiyle taşımacılık hizmeti veren Deutsche Luftschiffahrts-Aktiengesellschaft (DELAG) olarak kabul edilir (Iatrou, 2020, s. 6). Ancak bu hava araçları içlerinde bulunan gaz yardımıyla uçtukları için taşıdıkları yolcu sayısına oranla devasa büyüklükteydiler ve hızları çok düşüktü. 1937 yılında yaşanan

hava gemisinin alev alması olayı (Hindenburg faciası) emniyet problemlerini de ortaya çıkarmış ve zeplinlerin yolcu taşımacılığı için kullanımına son verilmiştir (Grant, 2017, s. 152).

Bu evrede uçaklar ve uçaklarla ticari taşımacılık gelişim göstererek devam etmiştir. Hava alanları kurulmuş, pilot okulları açılmış, hava trafik kulesi gibi havacılık sistemi unsurları ortaya çıkmıştır. I. Dünya Savaşı sonrası sivil alanda gelişim gösteren hava taşımacılığının II. Dünya Savaşı eşiğine gelinmesiyle odağı tekrar değişmiştir.

1.3.2. Büyüme evresi

II. Dünya Savaşı, havacılığın yoğun kullanıldığı bir savaş olması dolayısıyla uçaklar hızlı gelişim göstermiş daha sağlam yapıda ve daha uzun uçabilecek duruma gelmiştir. Bunun yanında haberleşme sistemleri gelişmiş, radar gibi günümüz teknolojisine yakın uçuş faaliyeti yardımcıları icat edilmiştir (Grant, 2017, s. 186). Savaş sonrası bu teknolojinin sivil alana yönelmesi; savaş öncesindeki daha ilkel uçaklardan ziyade nispeten uzun menzilli, daha büyük, daha sağlam uçaklarla havayolu taşımacılığı yapılması anlamına gelmektedir. Bu durum havayolu taşımacılığının insanlar tarafından daha tercih edilebilir bir taşımacılık yöntemi olmasını sağlamış dolayısıyla havayolu taşımacılığında da büyüme gerçekleşmiştir. 1953 yılında ABD’de yapılan bir araştırmada 200 milden (yaklaşık 322 km.) uzun seyahatlerde gezginlerin temel ulaşım yönteminin havayolu taşımacılığı olduğu ortaya konmuştur (Wensveen, 2015, s. 54).

Jet motorun icadından sonra uçak üreticileri bu teknolojiye yüksek yatırımlar yapmıştır ve jet motorlu uçakların artık havayolu taşımacılığında yaygınlaşmaya başlamasıyla yeni bir evreye girilmiştir.

1.3.3. Olgunlaşma evresi

Havayolu işletmeleri yeni teknoloji ürünü, oldukça uzun menzilli ve daha hızlı jet motorlu uçaklara geçiş yapmaya başlamıştır. Uçakların motor teknolojilerindeki büyük değişim ilk gelişinde birçok yönden kaygıya neden olmuştur. Havayolu işletmelerinin bakım birimlerine büyük etkisi olmuş yeni parça ve yeni uzmanlık ihtiyacı doğmuştur. Bunun yanında yeni daha hızlı ve daha güçlü motorların yakıt maliyeti fazladır ve daha gürültülüdür. Ayrıca güçlü, hızlı ve yeni olan teknolojinin güvenilirliği sorgulanmıştır (Grant, 2017, s. 380). Ancak jet motorlarının geliştirilmesi ve havayolu taşımacılığına tamamen entegrasyonu ile havayolu ile seyahatte büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu

dönemde geniş gövdeli daha fazla kapasiteli uçakların da üretime girmesiyle insanlar daha önce gitmedikleri yerlere, çıkmadıkları seyahatlere çıkmaya başlamışlardır (Grant, 2017, s. 375). Bu gelişmelerle birlikte insanların havayolu işletmelerini kullanma amacıyla da değişim söz konusu olmuştur. Eğlence amaçlı yapılan yolculukların oranı iş amaçlı yapılan yolculukların oranının üzerine çıkmıştır (Gerede, 2002, s. 48).

Diğer yandan, büyük jet uçaklarının taşıma kapasitesi fazla olduğu için uçakların doluluk oranlarında düşme yaşandığı görülmektedir. Oluşan bu yüksek arzın karşılığı talebi elde etmek için bu dönemde havayolu işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde bulunduğu görülmektedir (Grant, 2017, s. 386).

Havayolu taşımacılığı artık büyük bir sektör ve ekonomik değer konumuna gelmiştir. 1978 yılında ABD, bu büyük sektörde serbest piyasa dinamiklerinin artması gerektiğini düşünmüş ve sonrasında diğer ülkelere de yayılacak olan iç hatlarını serbestleştirme kararını almıştır (Rodrigue, Comtois ve Slack, 2006, s. 110). Bu kararlar birlikte daha çok teknik gelişmelerle başlayan ilk üç evreden farklı olarak bir ekonomik düzenlemeyle (düzenlemeleri azaltan bir düzenlemeyle) başlayan, havayolu taşımacılığının günümüzdeki son evresi olan serbestleşme evresine girilmiştir.

1.3.4. Serbestleşme evresi

Havayolu taşımacılığı, uluslararası bir endüstri olmasına rağmen devletlerin sahipliğinde ve kontrolünde olmuştur. Başladığı günden itibaren teknik ve ekonomik açıdan sıkı düzenlemelerle varlığını sürdürmektedir (Doganis, 2006, s. 27). Uçuş operasyonlarının düzenli ve emniyetli olması açısından teknik düzenlemeler devletlerin sorumluluğundadır. Ancak devletler yıllarca bu amacın yanında sektörde ekonomik anlamda da sıkı politikalar izlemiştir. Bu ekonomik düzenlemeler; bir havayolu işletmesinin pazara girişi (diğer bir deyişle bir rotada uçuş planlaması), uçuşlarının sıklığı ve kapasitesi, sunacağı hizmetler ve fiyat tarifeleri gibi konuları kısıtlayan ve kontrol eden politikalar (Doganis, 2019, s. 20). Havayolu taşımacılığında serbestleşme, devletin havayolu taşımacılığı üzerindeki ekonomik düzenlemeleri azaltması anlamını taşır.

24 Ekim 1978 tarihinde, ABD’de Havayolu Serbestleşme Yasası (the Airline Deregulation Act of 1978 (ADA)) yürürlüğe girmiştir ve bu yasa havayolu taşımacılığında yeni bir evrenin başlangıcı olmuştur. Bu yasadaki itibaren havayolu taşımacılığı adım adım serbestleşmiştir. 31 Aralık 1981 tarihinde ABD’de iç hatlar havayolu pazarına girişler üzerindeki devlet kontrolü büyük ölçüde kaldırılmıştır ve bir

yıl sonra iç hatlar yolcu ücretleri üzerindeki kontrolün de büyük bir kısmı sonra ermiştir. Başlangıçta ABD'ye özgü olan serbestleşme eğilimi 1980'lerin ortalarında Kanada ve Batı Avrupa'daki havayolu taşımacılığına sıçramış 1990'larda ise tüm dünyaya yayılmıştır (O'Connor, 2001, s. 2-3).

Ülkelerin iç hatlarını serbestleştirmesi hareketi 90'lı yıllarda dış hatlara da yansiyarak uluslararası bir boyut kazanmıştır. Ülkeler arasında, iki ülke arasındaki havayolu taşımacılığında rotaya giriş engellerini kaldıran ve fiyat, kapasite, sıklık, ticari anlaşmalar gibi konularda serbesti tanıyan "açık semalar" (open skies) anlaşmaları yapılmıştır. İlk açık semalar anlaşması ABD ile Hollanda arasında 1992 tarihinde yapılmıştır ve günümüze kadar ülkeler arası açık semalar anlaşmaları yapılmaya devam etmektedir (Doganis, 2019, s. 31). Avrupa birliği ise bunu daha da öteye taşıyarak ikili anlaşmalar yerine üye ülkeleri arasında gerçekleştirilen çoklu anlaşmalarla hava sahalarını ve uluslararası havayolu taşımacılığını serbestleştirmiştir (Doganis, 2019, s. 34).

Serbestleşme hareketiyle beraber sektöre girişler oldukça fazla olmuştur. Ekonomik düzenlemelerin azalmasıyla istendiği gibi rekabet artışı gerçekleşmiştir. Rekabet artışıyla birlikte havayolu işletmeleri maliyet yönetimi ve verimlilik konularına önem vermek durumunda kalmıştır. Bunun sonucunda, rekabet stratejileri geliştirilmiş sektörde düşük maliyetli havayolu işletmeleri gibi iş modelleri ortaya çıkmıştır (Belobaba, 2016a, s. 5-6).

Bu gelişmelerin paralelinde havayolu taşımacılığında uçuş, yolcu ve yük trafiklerinde, bazı küresel olaylar sonucu gerçekleşen dalgalanmalar ayrı tutulduğunda genel çerçevede artış gözlenmiştir. Ortalama bilet fiyatları serbestleşme öncesine kıyasla düşüş eğilimine girmiş, toplumun havayolu taşımacılığına ulaşımı kolaylaşmıştır. Ancak serbestleşme ve artan rekabetle sağlanan toplumsal faydanın yanında işletmeler için eskisi kadar kârlı ve istikrarlı olmayan sektörde birçok havayolu iflas etmiş ve birçok havayolu arasında da birleşme gerçekleşmiştir. Dolayısıyla serbestleşme sonrası sektöre girişlerle azalan yoğunlaşma ve artan rekabetçi yapının iflaslarla, pazardan çıkmalarla ve birleşmelerle tekrar yoğunlaşma eğilimine girdiği görülmüştür (Belobaba, 2016a, s. 5-6; Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 2-15).

Küresel ekonomik krizler, savaşlar veya terörist saldırılar, salgın hastalıklar, teknolojik gelişmeler, iflaslar ve birleşmeler, sıkı düzenlemeler ve serbestleşmeler ile bunlara benzer olaylar sonucunda havayolu taşımacılığı sektöründeki aktiviteler ve

sektörün kârlılığı döngüsel olarak artıp azalmaktadır. Havayolu taşımacılığının piyasa yapısı, yoğunlaşma oranı ve rekabetçi durum bu dalgalı yapılardan etkilenebilmektedir. Serbestleşme evresi günümüzde de devam ettiği kabul edilen havayolu taşımacılığının tarihsel gelişiminin son evresidir.

1.4. Havayolu İşletmeleri

Genel tanımıyla işletme; insanların ihtiyaçlarını doğrudan veya dolaylı olarak karşılamak üzere, üretim faktörlerini (doğal kaynaklar, sermaye, iş gücü, girişimcilik, bilgi ve teknoloji) bir araya getirerek mal veya hizmet üreten birimlerdir (Koçel, 2020, s. 69). İşletmenin ve havayolu taşımacılığının tanımlarından yola çıkarak havayolu işletmeleri de insanların ve yüklerinin yer değiştirme ihtiyaçlarını karşılamak üzere; ticari fayda karşılığında ve belirli taşıma kapasitesinin üstündeki uçaklarla hava taşımacılığı hizmeti, kısaca havayolu taşımacılığı hizmeti üreten birimler olarak tanımlanabilir. Tanımda geçen belirli taşıma kapasitesi, Türkiye Cumhuriyeti Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliğine (SHY-6A) göre yirmi koltuk kapasitesi ve üzeridir. Yönetmelik, havayolu işletmelerini; “Koltuk kapasitesi yirmi ve üzeri olan uçaklarla yolcu taşımacılığı ile sadece yük taşımacılığı yapan ticari hava taşıma işletmeleri” olarak tanımlar. Mevzuatta ve literatürde bu işletmeler genellikle “Havayolları (Airlines)” olarak yer alsa da Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO) tarafından yapılan yayınlarda “Hava Taşıyıcıları (Air Carriers)” adı altında da ifade edilmektedir. ICAO’ya göre hava taşıyıcıları kısaca, ücret veya kira karşılığında, uçakla ulaşım hizmeti sağlayan kuruluşlardır (ICAO, 2016, s. 5.1.).

Havayolu işletmeleri, temel çıktısı havadan taşımacılık hizmeti olan hizmet işletmeleridir. Her ne kadar bütün havayolu işletmelerinde bu temel çıktı sabit olsa da değişik açılardan ele alındığında havayolu işletmelerinin birbirlerine karşı farklılıkları görülmektedir. Bu farklılıklara göre havayolu işletmeleri çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir.

1.4.1. ICAO tarafından yapılan havayolu işletmesi sınıflandırmaları

ICAO havayolu işletmelerini farklı kıstaslara göre farklı sınıflara konumlandırmıştır. Bu sınıflandırmalar aşağıda belirtilmektedir (ICAO, 2016, s. 5.1.).

Gerçekleştirdikleri uçuşların planlanma türüne göre:

1. Her ne kadar diğ er sefer çeşitlerini de planlıyor olsa da esas odağı sezonluk düzenli bir program planlayarak hizmet sunmak olan **tarifeli havayolu işletmeleri** (scheduled air carriers),
2. Çoğunlukla tarifeli olmayan seferler gerçekleştiren **tarifesiz havayolu işletmeleri** (non-scheduled air carriers),
3. Bir tarifesiz uçuş çeşidi olan charter uçuş anla malarıyla taşımacılık hizmeti veren **charter havayolu işletmeleri** (charter carriers).

Ta ıdıkları trafiğinin türüne göre:

1. Esas odağı yolcu taşımak olup yolcunun beraberinde kargo da taşıyabilen **yolcu havayolu işletmeleri** (passenger air carriers),
2. Yolcu taşımacılığı yapmayıp kargo ve posta taşımacılığı yapan **kargo havayolu işletmeleri** (cargo air carriers).

Ulusal ve uluslararası pazardaki rolüne ya da uçuş faaliyetlerinin  l eğine göre:

1. Küçük ve orta ölçekli yerle kelerle b   k ve merkez şehirler arasında turboprop ya da jet motorlu küçük uçaklarla genellikle tarifeli taşımacılık hizmeti veren **bölgesel havayolu işletmeleri** (regional carriers),
2. Genelde az veya orta kapasiteye sahip uçaklarla küçük noktaları b   k merkez havaalanına bağlayan kısa mesafeli taşımacılık hizmeti veren **besleyici havayolu işletmeleri** (feeder carriers),
3. İki küçük nokta arasında az kapasiteli uçaklarla taşımacılık hizmeti veren **banliyö havayolu işletmeleri** (commuter carriers),
4. Ulusal merkezler ve uluslararası rotalarda olmak üzere genellikle tarifeli seferler düzenleyen uçuş ağı nispeten b   k ve uçuş faaliyetleri nispeten fazla olan **b   k havayolu işletmeleri** (major air carriers).
5. Uçuş ağı oldukça geniş, uçuş faaliyetleri fazla dolayısıyla uçak sayısı çok olan **dev havayolu işletmeleri** (mega carriers).

Ekonomi ve pazarlama açısından farklılıklarına göre:

1. Sadece belirli pazarlarda faaliyet gösteren, belirli rotalarda uzmanlaşmaya odaklanıp sadece o rotalarda uçan **ni  havayolu işletmeleri** (niche carriers),
2. Taşımacılık alanında faaliyete hen   ba lamı  olan **yeni ba layan havayolu işletmeleri** (start-up carriers),

3. Yeni kurulmuş olup olmamasına bakılmaksızın hali hazırda taşımacılık yapılan mevcut bir pazarda faaliyete başlayan **yeni giren havayolu işletmeleri** (new enterant carriers).

Sahiplik ve kontrol edicilerine göre:

1. Sermayesinin tamamının ya da yarıdan fazlasının devletin elinde olduğu **devlet sahipliğindeki havayolu işletmeleri** (state-owned carriers),
2. Sermayesinin tamamı ya da çoğunluğu özel kişi veya kurumlara ait olan **özel havayolu işletmeleri** (private carriers),
3. Aynı veya farklı ülkelerdeki iki veya daha fazla tarafın ortaklaşa sahip olduğu **ortak girişim havayolu işletmeleri** (joint venture carriers),
4. Havayolu işletmesinin Avrupa Birliği üyesi bir devletin mülkiyetinde olduğunu ifade eden terim olan **topluluk havayolu işletmeleri** (community carriers).

İş modellerine göre:

1. Uçuşlarında farklı oturma sınıfları bulunan, havayolu taşımacılığı hizmetinin yanında eğlence, yiyecek, içecek, bekleme salonu vb. hizmetler de sunan **tam hizmet havayolu işletmeleri** (full service carriers); bu sınıftaki havayolu işletmelerinin uçuş ağları çok geniş olması sebebiyle kendilerine ağ taşıyıcıları (network carriers) da denmektedir.
2. Tam hizmet havayolu işletmelerinin aksine uçuş hizmetinin yanında oldukça az ve kısıtlı hizmet sunan **sade havayolu işletmeleri** (no-frill carriers),
3. Faaliyetlerinde mümkün olduğunca ve birçok açıdan maliyetleri düşük tutup bu durumu da bilet fiyatlarına yansıtarak daha düşük ücretli havayolu taşımacılığı hizmeti sunma misyonuna sahip **düşük maliyetli havayolu işletmeleri** (low-cost carriers) olarak sıralanabilir.

Yukarıda belirtilen sınıflandırmalara ilave olarak sadece kendi ülkesi sınırları içerisinde taşımacılık hizmeti veren havayollarına **yurtiçi havayolu işletmeleri** (domestic carriers), hem kendi ülkesi içerisinde hem de diğer ülkelere uçuş düzenleyebilen havayollarına **uluslararası havayolu işletmeleri** (international carriers) denilmektedir. ICAO yayınlarında kullanılan diğer havayolu betimlemelerinden **ulusal havayolu işletmeleri** (national carriers), bir devletin kararıyla ve kanunlarınca kurulmuş, ilgili devletin tek veya esas havayolu işletmesidir. Çoğunlukla ulusal havayolu

kavramıyla birbirleri yerine kullanılan diğerk bir kavram olan **bayrak taşıyıcı havayolu işletmeleri** (flag carriers), uluslararası alanda bir ülkeyi temsil eden ve uçaklarının üzerinde temsil ettiğı ülkenin bayrağı bulunan havayolu işletmeleridir. Benzer konuda diğerk bir betimleme, devlet yönetimi tarafından bir iş için yetkilendirilmiş ya da bir rotaya tayin edilmiş havayolu işletmeleri için de yapılmaktadır. Bu havayolu işletmeleri için **tayin edilmiş havayolu işletmeleri** (designated air carriers) kavramı kullanılır. Çoğu zaman ulusal ya da bayrak taşıyıcı havayolu belirlenmiş havayolu olarak seçilse de ihtiyaç doğrultusunda diğerk havayolu işletmeleri içerisinde de seçilebilir. Ayrıca ICAO havayollarını sınıflandırırken bazı durumlarda **Uluslararası Hava Taşıyıcıları Birliğı (IATA) üyesi olan ve olmayan** havayolu işletmeleri şeklinde de ayırmaktadır (ICAO, 2016, s. 5.1.).

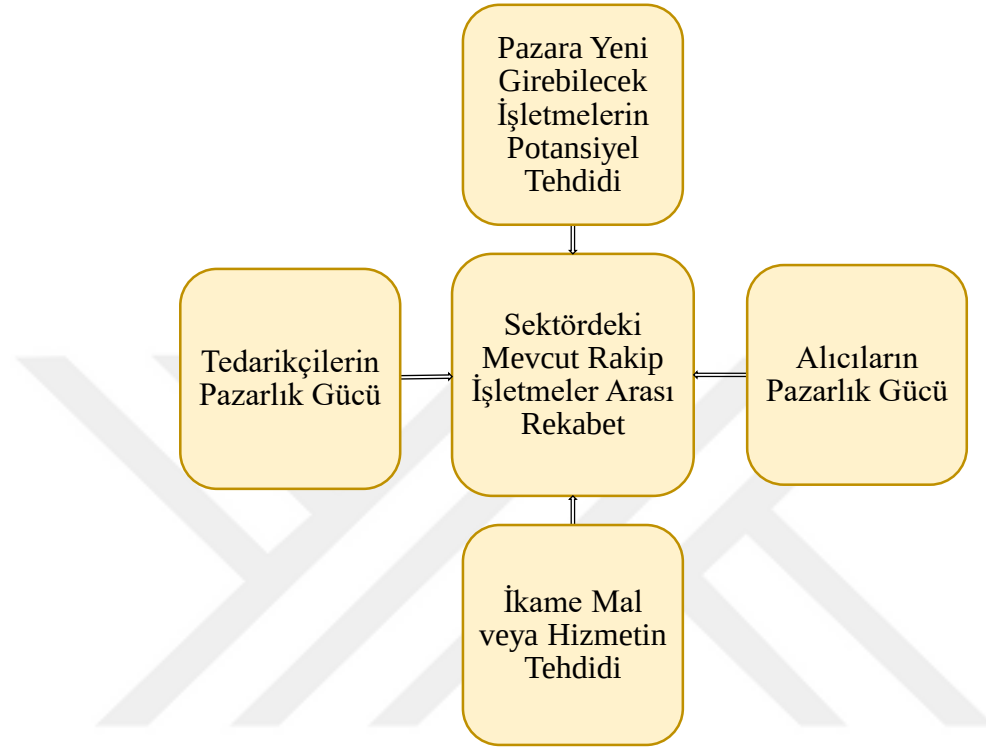
Havayolu işletmeleri genel anlamda yukarıda belirtilen sınıflarda karşımıza çıkmaktadırlar. Bu sınıfların bazıları karışıklığı önlemek veya mevzuatların daha net ve isabetli olması için ortaya çıkmış ya da otoriteler tarafından ortaya çıkarılmışken bir kısmı işletmelerin yeni bir pazardan pay alma veya mevcut pazarda rekabet avantajı elde etme amacı sonucunda oluşmuştur. Kendilerine belirledikleri rekabet stratejileri havayolu işletmelerinin sınıflara ayrılmasına yol açmaktadır.

1.4.2. Rekabet stratejileri açısından (oluşturdukları iş modellerine göre) havayolu işletmelerinin sınıflandırılması

Kavramsal olarak rekabet esasen bu çalışmanın 2. bölümünde ele alınmaktadır. Ancak havayolu işletmelerinin birbirlerinden farklılıklarının anlaşılması, onların sınıflara koyulabilmesi için rekabet stratejilerinin anlaşılması gerekmektedir. Rekabet, bir fayda sağlamak ya da kıt bir varlığa sahip olmak veya çıkarlarına uygun şekilde paylaşmak için benzer konumda ve amaçta olan birden fazla oyuncunun birbirlerinin önüne geçme çabasında olduğu yarış olarak tanımlanabilir. Bu yarış iş yaşamında bir sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasında da görülür. İşletmeler; fiyat, ürün çeşidi, ürün kalitesi, promosyon ve reklam gibi değişkenleri kullanarak sektörde rekabet avantajı, dolayısıyla sürdürülebilir maliyet üzerinde getiri kazanmaya çalışırlar (Aktan ve Vural, 2004, s. 5).

Harvard İşletme Okulu'nun ünlü profesörü Micheal E. Porter, bir sektördeki sürdürülebilir kârlılığın pazardaki 5 rekabetçi güçle ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Bu 5 rekabetçi güç; mevcut rakip işletmelerin rekabet gücü, ikame mal veya hizmet sunan işletmelerin tehdidi, pazardaki tedarikçilerin pazarlık gücü, pazardaki alıcıların pazarlık

gücü ve pazara girebilecek yeni işletmelerin yaratacağı potansiyel tehdit olarak belirtmektedir. Şekil 1.1’de de gösterilen pazardaki 5 gücün toplam gücü ne kadar azsa o pazardaki potansiyel kârlılık o kadar fazladır (Porter, 1980, s. 4).



Şekil 1.1 Sektördeki rekabeti belirleyen güçler (Porter, 1980, s. 4)

Porter, işletmelerin bu 5 güce karşı rekabet avantajı elde etmesinin kendilerine bazı yönetim stratejileri belirleyerek pazarda bir pozisyon almasıyla ilgili olduğunu söylemektedir. Rekabet avantajı elde etmek için işletmelerin uygulayabileceği genel rekabet stratejilerini; farklılaştırma, maliyet liderliği ve odaklanma olarak 3’e ayırmaktadır (Porter, 1985, s. 11-22).

Farklılaştırma stratejisi, işletmenin pazara sunacağı ürün veya hizmeti diğer işletmelerinkinden daha üstün, benzersiz ve arzu edilen şekilde oluşturması üzerine kurulan stratejidir. Bu şekilde pazara sunduğu mal veya hizmetin ücretini artırabilecek ve talep edenleri bu fazla ücreti ödemeye razı edecektir. Bunun sonucunda maliyetlerle gelirleri arasındaki fark açılacak ve işletme kârlılığı yükselecektir.

Maliyet liderliği stratejisi, işletmenin pazara sunacağı ürün veya hizmetin işletmeye olan maliyetlerini azaltmaya dayalıdır. Daha düşük ücrete mal ettiği ürün sayesinde fiyat rekabeti yapabilme kabiliyeti kazanacak böylece fiyata duyarlı talep

üzerinde hâkimiyet kuracaktır. Ürünü yüksek fiyattan satmasa da maliyetlerini düşürdüğü için kâr elde edebilecektir.

Odaklanma stratejisi ise işletmenin farklılaştırma veya maliyet liderliği stratejisini ya da her ikisini birden belirli bir hedef kitleye uygulaması anlamına gelmektedir. İşletme, diğer iki stratejinin ulaşamadığı ya da yeterli fayda sağlayamadığı daha dar kapsamlı, özel bir pazara veya ürüne odaklanarak talep edilebilir mal veya hizmet sunmayı amaçlar. Diğer işletmelerden farklı pazara odaklanması ona karşısındaki rekabetçi güçlerden sıyrılma avantajı kazandıracaktır. Şekil 1.2’de bu stratejiler bütün halinde gösterilmektedir.

		REKABETÇİ AVANTAJ	
		Daha Düşük Maliyetli Ürün	Daha Farklılaştırılmış Ürün
REKABETÇİ AMAÇ	Geniş Hedef	1. Maliyet Liderliği	2. Farklılaştırma
	Dar Hedef	3A. Maliyet Temelli Odaklanma	3B. Farklılaştırma Temelli Odaklanma

Şekil 1.2. Üç Genel Strateji (Porter, 1985)

Bu stratejileri havayolu taşımacılığı sektöründe havayolu işletmelerinin uyguladığı ve bunlara göre iş modelleri oluşturdukları görülmektedir (Şengür ve Şengür, 2012; Gerede ve Yalçınkaya, 2015, s. 144-150; Cook ve Billig, 2017, s. 95-127). Çalışmada, benimsedikleri rekabet stratejisi üzerinden oluşturdukları iş modellerine göre havayolu işletmeleri; geleneksel havayolu işletmeleri, düşük maliyetli havayolu işletmeleri, bölgesel havayolu işletmeleri, charter havayolu işletmeleri ve kargo havayolu işletmeleri olarak 5 ayrı sınıfta incelenecektir.

1.4.2.1. Geleneksel havayolu işletmeleri

Geleneksel havayolu işletmeleri Porter’ın farklılaştırma stratejisini benimseyen havayolu işletmeleridir. “Tam Hizmet Taşıyıcılar (Full Service Carriers)” ya da “Ağ

Taşıyıcıları (Network Carriers)” olarak da adlandırılırlar (Şengür ve Şengür, 2012). Geniş ve küresel uçuş ağına sahip olup müşterilere birçok varış noktasına tek havayolu işletmesiyle ulaşma faydası sağlarlar. Geniş ve küresel uçuş ağı sayesinde topla dağıt yöntemiyle (hub-and-spoke) yolcuları talebin daha az olduğu noktalardan merkez havalimanına toplayıp talebin fazla olduğu noktalara daha büyük uçaklarla ve yüksek doluluk oranıyla ulaştırabilirler. Uzun mesafeli uçuşları sayesinde daha yavaş olan yüzey ulaşımı gibi ikame ulaştırma hizmetlerine karşı rekabet avantajı elde ederler. Bunun yanında uçuşta sundukları ikram ve eğlence sistemleriyle standart yer değiştirme hizmetini farklılaştırırlar. Ayrıca uçak içerisinde farklı yolculuk sınıfları (ekonomi, iş sınıfı, birinci sınıf) oluşturarak yolcuları daha özel hissettirdikleri ilave servislerle, daha konforlu oturma alanlarıyla hizmetlerini kendi içinde de farklılaştırarak bu ilavelere daha fazla ücret ödemeye razı olan kesime de hitap ederler (Cook ve Billig, 2017, s. 102-103). Havaalanında konforlu bekleme alanları gibi ek olanak sağlarlar ve bünyelerinde daha fazla personel çalıştırarak üstün nitelikli hizmeti misyon edinir, marka imajını güçlü tutmaya çalışırlar. Özellikle iş amaçlı seyahat eden yolcuların tercihi olmaktadır. Marka sadakati yaratma hususuna önem verirler. Sık uçan yolcu programı gibi pazarlama taktikleri kullanırlar. Bu şekilde pazara yeni giren işletmelere giriş engeli oluştururlar ve bu işletmelerin potansiyel rekabet gücünden daha az olumsuz etkilenebilirler (Gerede ve Yalçinkaya, 2015, s. 147-148). Ayrıca yüksek gelirler sayesinde pazarlık gücü yüksek tedarikçilerin (küresel dağıtım kanalları, yer hizmetleri şirketleri, havaalanı işletmeleri gibi) istediği fiyatları ödeme güçleri olur (Brenes, Montoya ve Ciravegna, 2014).

1.4.2.2. Düşük maliyetli havayolu işletmeleri

İsminden de anlaşılacağı gibi düşük maliyetli havayolu işletmeleri Porter’ın maliyet liderliği stratejisini benimserler (Gerede ve Yalçinkaya, 2015, s. 144). Standart yer değiştirme hizmeti faaliyetlerinde maliyetlerini mümkün olduğunca düşük tutarak faaliyet kârlarını artırır. Uçak içi konfigürasyonlarını en fazla koltuk sağlamaya yönelik oluşturarak birim maliyetlerini azaltırlar. Dolayısıyla tek sınıf (ekonomi sınıfı düzeyinde) hizmet verirler. Yolculara asıl faaliyetlerin yanında işletmeye maliyet oluşturacak ikram gibi ek hizmetler sunmazlar, bu hizmetleri talep eden olursa satarlar. Filolarında genellikle tek tip uçak bulundurup uçucu personel, teknik personel ve uçak parçası maliyetlerini azaltırlar. Orta kapasiteli uçaklarla daha çok noktadan noktaya (point-to-point) uçuş gerçekleştirirler. Uçuşlarını merkez havaalanlarından ziyade ikincil

havaalanlarına düzenlerler böylece havaalanı kullanım ücretlerini yani tedarikçilerin pazarlık gücünü azaltırlar. Ayrıca merkez havaalanlarının slot probleminden ve yoğun trafiğinden sıyrılıp uçak çevirme sürelerini düşürerek uçak kullanım verimliliklerini yüksek tutarlar. Düşük maliyetleri sayesinde düşük ücretli bilet satma kozunu ellerinde bulundurarak fiyat rekabetine girebilirler ya da pazara yeni girecek havayolu işletmelerine düşük fiyatlar nedeniyle pazara giriş engeli oluşturabilirler. Düşük ücretleri önerebilme yetileri sayesinde kısa ve orta mesafeli hatlarda da ikame yüzey ulaşım hizmetleriyle rekabet edebilirler. Daha çok fiyat hassasiyeti yüksek eğlence amaçlı yolcuların tercihi olmaktadır (Schlumberger ve Weisskopf, 2014, s. 3-17).

1.4.2.3. Charter havayolu işletmeleri

Charter havayolu işletmeleri tarifesiz seferlerle havayolu taşımacılığı faaliyeti gerçekleştirirler. Odaklanma stratejisini benimseyen charter havayolu işletmelerinin hedef pazarı tatil amaçlı seyahat talebindeki yolculardır. Sezonluk belirli bir uçuş çizelgesi yerine sefer temelli tatil uçuşları planlaması (tarifesiz sefer) bu tür havayolu işletmelerine talebe dayalı hareket etme imkânı sağlar. Dolayısıyla charter uçuşlarda doluluk oranını yüksek tutmak daha kolaydır. Charter havayolu işletmeleri insanların tatil talebine karşılık verdikleri için havayolu taşımacılığı hizmetinin yanında konaklama ve havaalanı-konaklama arası ulaşımı da paket olarak sunabilirler. Belirli bir gruba paket hizmet olması dolayısıyla uçuşlarını daha az yoğun saatlere ve ikincil havaalanlarına planlayabilirler. Bu avantajla beraber doluluk oranının yüksek olması birim maliyetlerin azaltılmasına yol açarak maliyet avantajı ve fiyat düşürebilme yetisi sağlamaktadır. Charter havayolu işletmeleri uçağın koltuklarının tamamını ya da bir kısmını tur operatörlerine blok olarak da kiralayabilmektedirler. Uçuşlarda ikram, ilave bagaj gibi verilecek hizmetin kapsamı turun içeriğine göre değişiklik gösterebilir. Tatil amaçlı taşımacılık olduğu için talep tatil sezonu dışında daha düşük olmaktadır. Talebin düşük olduğu zamanlarda charter havayolu işletmeleri uçaklarını diğer havayolu işletmelerine kiralayabilirler (Whyte ve Lohmann, 2017, s. 113; Castillo-Manzano vd., 2017).

1.4.2.4. Bölgesel havayolu işletmeleri

Bölgesel havayolu işletmeleri nispeten küçük uçaklarla, küçük yerleşim yerlerinden merkezlere kısa mesafeli tarifeli uçuşlar düzenleyen havayolu işletmeleridir. Geleneksel ya da düşük maliyetli havayolu işletmelerinin, talebin azlığı kaynaklı düşük doluluk oranı

nedeniyle orta ya da yüksek kapasiteli uçaklarını bağlamak istemedikleri küçük yerleşim yerlerindeki pazara odaklanmaktadırlar. Dolayısıyla Porter'ın odaklanma stratejisini izledikleri söylenebilir. Küçük yerleşim yerlerine ve buradaki nüfusa sunduğu ulaştırma faydası nedeniyle bölgesel kalkınmaya destek verir ve toplumsal fayda sağlamış olur. Bu nedenle devletlerden çeşitli teşvikler alabilmektedirler (Sarılğan, 2011). Küçük uçaklar (genellikle 100 yolcu altı) kullanmaları ve küçük yerleşim yerlerindeki küçük havaalanlarına uçuş düzenlemeleri nedeniyle havaalanı kullanım ücretleri nispeten düşük olabilmektedir. Bölgesel havayolu işletmeleri çoğunlukla geleneksel havayolu işletmelerinin altında faaliyet gerçekleştirirler ya da onlarla iş birliği içinde olurlar. Geleneksel havayolu işletmeleri, geniş ve küresel uçuş ağı geliştirme amacını ve topla dağıt (hub-and-spoke) taşımacılık sistemini desteklediği için bu durumdan fayda görmektedirler. Bunun yanında bölgesel havayolu işletmeleri de geleneksel havayolu işletmelerinin; marka imajı, yüksek kredi imkânları, pazarlama faaliyetleri, yolcu sadakati gibi imkânlarınlar fayda sağlarlar (Cook ve Billig, 2017, s. 105-107).

1.4.2.5. Kargo havayolu işletmeleri

Yolcu taşıyan havayolu işletmeleri genellikle uçakların alt kompartımanlarında (lower deck) kargo ve bagaj da taşırılar. Kargo havayolu işletmeleri ise tamamı kargo taşımak için tasarlanmış uçaklarla sadece kargo taşımaya odaklanırlar. Dolayısıyla Porter'ın odaklanma stratejisini belirleyen kargo havayolu işletmeleri yolcu taşıyan havayolu işletmelerinden daha fazla kargo taşıma, daha büyük kargoları taşıyabilme, sadece kargo uçaklarında taşınmasına izin verilen tehlikeli maddeleri taşıyabilme, özel kargo taşımacılığında uzmanlaşma gibi avantajlara sahip olurlar. Yolcuların genellikle talep etmediği saatlerde ve kış sezonunda uçuşlarını planlamaya çalışarak trafik yoğunluğunun olumsuz etkisinden kurtulabilirler. Ayrıca yolcular tarafından talep edilmeyen havaalanlarını kullanarak da slot probleminden sıyrılabilir havalimanı kullanım ve yer hizmeti ücretlerinin düşük olmasını sağlayabilirler. Bunun yanında sadece kargo taşımacılığına odaklanmak yolcu taşımacılığı kaynaklı kabin personeli ve yolcu hizmetleri personeli, ikramlar, bilet satış noktaları, yolcu terminali ücretleri ve yolcu bekleme alanları gibi birçok maliyetin ortadan kalkması anlamına gelir. Bu durum faaliyet maliyetlerinin düşürülebilmesine olanak tanıyarak yolcu ve kargoyu birlikte taşıyan havayolu işletmelerine karşı rekabet avantajı kazandırır. Sürekli gelişen kargo

sektörü dolayısıyla her geçen gün hava kargo taşımacılığı yolcu taşımacılığına ilave faaliyetten fazlası olmaktadır (Merkert, Voorde ve Wit, 2017).

1.5. Havayolu Taşımacılığında Arz ve Talep

Ekonomide arz kavramı, üreticilerin belirli bir zaman diliminde piyasaya sunabilme yeterliliğine sahip ve sunmaya istekli oldukları mal veya hizmet miktarı anlamına gelir. Piyasadaki arz her bir işletmenin ayrı ayrı sunduğu mal veya hizmetin toplamıdır. Havayolu taşımacılığında bir işletmenin arzı basitçe belirli bir süre içinde piyasaya sunduğu yolcu ve kargo taşıma kapasitesidir. Havayolu işletmesinin çıktısı yer değiştirme hizmeti olduğundan piyasaya arz edilen miktarın ölçülmesinde sunulan koltuk sayısının ya da kargo taşıma kapasitesinin yanında koltuğun ya da kargo kapasitesinin kat ettiği mesafe de bir ölçüt olarak ele alınıp hesaplama yapılmaktadır. Havayolu işletmesinin piyasaya sunduğu arz miktarı hesaplanırken genellikle aşağıdaki parametreler kullanılmaktadır (Holloway, 2008, s. 193-197; Gerede, 2015a, s. 29-32).

- **Arz Edilen Koltuk Kilometre (Available Seat Kilometres (ASK)):**
Havayolu işletmesinin piyasaya sunduğu bir koltuğun bir kilometre yol alması birim olarak bir ASK çıktı oluşturmaya anlamına gelir. Bir havayolu işletmesinin toplam çıktısı hesaplanırken piyasaya sunduğu koltuk sayısı ile bu koltukların kat ettiği mesafe (km) çarpılır.
- **Arz Edilen Ton Kilometre (Available Tonne Kilometres (ATK)):**
Havayolu işletmesinin piyasaya sunduğu bir ton taşıma kapasitesinin bir kilometre yol alması birim olarak bir ATK çıktı oluşturmaya anlamına gelir. Havayolu işletmesinin toplam çıktısının yük cinsinden karşılığı hesaplanırken kullanılır. Taşınabilecek en fazla ağırlığın kat ettiği mesafeyle (km) çarpılması ATK cinsinden havayolu işletmesinin toplam çıktısını verir.

Bir ekonomi terimi olarak talep ise, belirli bir zamanda belirli miktarda mal veya hizmeti satın alma yeterliliği ve isteği olarak tanımlanabilir. Bu tanıma göre havayolu taşımacılığı talebinin karşılığı havadan ulaştırma hizmetini isteyenler ve satın alabilecek olanlardır. Havayolu taşımacılığına olan talep türetilmiş taleptir. Ekonomide talep, doğrudan ve türetilmiş talep olarak ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan talepte, bir mal veya hizmet asıl arzu edilen, esas amaçlananken; türetilmiş talepte, bir mal veya hizmet esas amaca ulaşmak için istenir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 47-51). Bu duruma basit bir örnek çatal-bıçağa olan talep olabilir. Aslında doğrudan talep edilen yemektir.

Yemeğe olan talep çatal-bıçağa olan talebi doğurur. Dolayısıyla çatal-bıçağa olan talep türetilmiş taleptir. Havayolu taşımacılığı da verilen örneğe benzerdir. Yolcular, eğer asıl amacı uçuştan keyif almak için uçağa binmek değilse esasında çeşitli nedenlerle A noktasından B noktasına gitmeyi talep ederler. İş seyahati, tatile çıkma, akraba ve yakınları ziyaret gibi esas talepler türetilmiş olan havayolu taşımacılığı talebini beraberinde getirmektedir (O'Connor, 2001, s. 103).

Havayolu taşımacılığında talebin arzla örtüştüğü kısma "trafik" adı verilir. Trafik, diğer bir deyişle karşılanan taleptir. Havayolu taşımacılığıyla seyahat edebilme imkânı ve arzusu olan insanlar talebi oluştururken, havayolu taşımacılığıyla uçuşu gerçekleştirmiş insanlar trafiği oluştururlar. Dolayısıyla trafik, talebin alt kümesidir. Kapasite yetersizliği gibi nedenlerle arzu ettiği, talep ettiği halde uçuşa katılamayan insanlar reddedilmiş talep kategorisindedir ve trafik alt kümesinin dışında talep kümesinin içindedir. Taşınan yolcular yolcu trafiği; kargolar ise kargo trafiği olarak adlandırılır. Havayolu taşımacılığında karşılanan talep yani trafik hesaplanırken arz miktarındaki gibi mesafe dikkate alınarak hesaplama yapılır ve aşağıdaki parametreler kullanılır (Holloway, 2008, s. 63-65; Gerede, 2015a, s. 32; Belobaba, 2016b, s. 47-48).

- **Ücretli Yolcu Kilometre (Revenue Passenger Kilometres (RPK)):** Havayolu işletmesinin bir ücretli yolcuyu bir kilometre taşıması bir birim RPK anlamına gelmektedir. Toplam RPK, havayolu işletmesinin taşıdığı toplam yolcuyla bu yolcuların kat ettiği mesafenin (km) çarpılmasıyla elde edilir.
- **Ücretli Ton Kilometre (Revenue Tonne Kilometres (RTK)):** Arz çıktısı tarafında olduğu gibi yine aynı şekilde havayolu işletmesinin trafiğin çıktısının (yolcu ve kargo trafiği birlikte) ağırlık cinsinden hesaplanmasıdır. Bir ton yükün bir kilometre taşınması bir RTK oluşturur. Taşınan toplam yükü kat ettiği toplam mesafe (km) çarpılarak havayolu işletmesinin toplam trafik çıktısının RTK değeri elde edilir.

Havayolu taşımacılığında karşılık bulmayan arz miktarı depolanamayacağı için sağlanan arzın trafiğe dönüşmeyen miktarından kazanç sağlanamaz. Basitçe söylenecek olursa uçuş başladığı sırada satışı yapılmamış boş koltuklar bozulmuş ürüne benzemektedir. Dolayısıyla havayolu taşımacılığında kârlılık açısından arzın taleple ne derece örtüştüğünün yani ne kadarının trafiğe dönüştüğünün önemi büyüktür. Bu ölçüt

havayolu taşımacılığında doluluk oranı (İngilizce yazında: Load Factor (LF)) olarak adlandırılır. Aşağıdaki denklemden (1.1) hesaplanmaktadır (Belobaba, 2016b, s. 48-49).

$$\text{Doluluk Oranı (LF)} = \frac{\text{Ücreti Yolcu Kilometre (RPK)}}{\text{Arz Edilen Koltuk Kilometre (ASK)}} \quad (1.1)$$

Doluluk oranı denklemden de anlaşılacağı üzere toplam RPK'nin toplam ASK'ye oranlanmasıyla elde edilir. Yük cinsinden doluluk oranı hesaplanacaksa toplam RTK toplam ATK'ye oranlanır.

1.5.1. Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmetin bileşenleri

Havayolu işletmeleri, genel seyahat talebini doğrudan belirleyemezler ancak piyasaya sundukları taşımacılık hizmetiyle yani oluşturdıkları arzla genel talebi etkileyebilirler. Genel talebi artırmanın yanında arzlarının büyüklüğü ve niteliği hali hazırdaki talebin yer değiştirmesine de neden olabilir. İşletmeler, havayolu ulaşımını başka ulaşım türlerine kıyasla daha avantajlı hale getirip talebin havayolu ulaşımına ve mevcuttaki havayolu taşımacılığı talebinin de pazardaki diğer havayolu işletmelerinden kendilerine kaymasını sağlayabilirler. Dolayısıyla havayolu taşımacılığında rekabet, arz edilen hizmet sunumu üzerinden yapılmaktadır. Havayolu işletmelerinin temelde piyasaya arz ettikleri çıktı taşımacılık hizmeti olsa da hizmetin çeşitli bileşenlerinden kaynaklı farklılıklar havayolu işletmelerinin hizmetlerinin birbirinden farklı olmasına yol açar. Bu durum müşterilere seçenek yaratmış olur ve rekabet ortamı oluşur (Holloway, 2008, s. 98; Gerede, 2015a, s. 11)

Havayolu taşımacılık hizmeti arzının rekabetle diğer bir ilişkisi kârlılığı etkilemesidir. Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmet sunumunun bileşenleri üzerinden yapılan farklılaştırmalar sonucunda arz edilen hizmetin maliyeti ya da getirisi değişebilir. Bu durum havayolunun kârlılığını etkileyerek rekabet avantajı ya da dezavantajı oluşturabilir (Doganis, 2019, s. 213).

Bir işletmenin faaliyet kârı toplam faaliyet gelirlerinden toplam faaliyet giderlerinin çıkarılmasıyla elde edilir. Doğal olarak havayolu işletmeleri için de durum böyledir. Havayolu taşımacılığında yolcu taşımacılığı üzerinden gidilecek olunursa bu hesap aşağıdaki denklemde (1.2) verildiği şekilde bölünerek detaylandırılabilir (Belobaba, 2016b, s. 49).

$$\text{Faaliyet Kârı} = \text{RPK} \times \text{Birim Kazanç} - \text{ASK} \times \text{Birim Maliyet} \quad (1.2)$$

Denkleimde geçen RPK (Ücretli Yolcu Kilometre) ve ASK (Arz Edilen Koltuk Kilometre) kavramlarına bir önceki bölümde değinilmişti. Toplam faaliyet gelirinin RPK ile bölümünden elde edilen sonuç Birim Kazanç tutarını, toplam faaliyet giderinin ASK ile bölümünden elde edilen sonuç ise Birim Maliyet tutarını vermektedir. Denklemden de görüldüğü üzere işletmeler, faaliyetlerinin kârlılığını artırmaları için RPK ya da birim kazançlarını yükseltmeli, ASK ya da birim maliyetlerini düşürmelidirler. Denklemin öğeleri birbirlerini etkilediğinden tümünü birden yapmak mümkün olmamaktadır. Bu nedenle havayolu taşımacılığında rekabet edebilirlik hususunda ürün planlaması yapmanın ya da daha açık ifadeyle piyasaya arz edilen hizmetin planlanmasının ve bileşenlerinin bu doğrultuda tasarlanmasının önemli bir yeri vardır.

Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmetin; fiyat bileşeni, tarife temelli bileşenler, konfor temelli bileşenler, sağlanan kolaylıklarla ilgili bileşenler ve itibar temelli bileşenler olmak üzere beş bileşene sahip olduğu söylenebilir (Gerede, 2015a, s. 12-13; Doganis, 2019, s. 213-229). Bu bileşenlere aşağıda kârlılığa ve talebe dolayısıyla rekabete etkileriyle birlikte değinilmektedir.

1.5.1.1. Fiyat bileşeni

Havayolu işletmesinin arz ettiği hizmetin ücreti, diğer bir deyişle yolcuya maliyetidir. Havayolu taşımacılığında rekabet edebilirlik konusunda önemli bir bileşendir. Sunulan hizmetin fiyat bileşeni talebi ve geliri etkiler. Faaliyet kârı denklemi (1.2) odaklı düşünülürse sunulan hizmetin fiyatını artırmak birim kazancı doğrudan artıracaktır. Bunun yanında fiyat ve talep ters orantılıdır ve fiyatı artırmak RPK'yi azaltabilir. Dolayısıyla havayolu işletmeleri kârlılık için $(ASK \times \text{Birim Maliyet değerinin değişmediği varsayılırsa}) RPK \times \text{Birim Kazanç değerinin en yüksek olacağı şekilde}$ arzlarını fiyatlandırmalıdır.

1.5.1.2. Tarife temelli bileşenler

Havayolu işletmesinin arz ettiği uçuş sayısı ve sıklığı, uçuş ağının genişliği, uçuşlarında kullanılan uçakların kapasitesi, uçuşlarını sunduğu günler, uçuşların kalkış ve varışlarının günün hangi saatlerinde olduğu, toplam seyahat süresi ve toplam seyahat süresini doğrudan etkileyen bir faktör olan uçuşların aktarmalı ya da doğrudan uçuş olması, uçuşlarının zamanında kalkış performansı (on-time performance) gibi unsurlar tarife temelli bileşenleri oluşturur. Tarife temelli bileşenler denklem (1.2) üzerinden

incelenecek olursa bir havayolu işletmesinin tarifesindeki uçuşlarının sayısını, sıklığını, uçuş noktasını artırması ya da uçuşlara daha büyük uçak vermesi doğrudan ASK değerini artırmaktadır. Daha fazla uçuş daha fazla talep yaratıp RPK değerini de artırabilir ancak ASK değeri RPK değerinden daha fazla artarsa denklem (1.1)'e göre doluluk oranı düşer. Böyle bir durumda birim getiri artmaz ya da birim maliyetler azalmazsa kârlılık azalacaktır. Başka bir açıdan bakıldığında, havayolu işletmesi uçuşlarını yoğunluğun az olduğu saatlere planladığında zamanında kalkış performansı artabilir ve bu saatlerde havaalanı kullanım ücretleri ve yer hizmetleri daha uygun fiyatlı olabileceğinden birim maliyetler düşebilir. Ancak yoğun olmayan saatler genel talebin az olması dolayısıyla RPK'yi de düşürebilir. Bunun sonucunda RPK birim maliyetlerden fazla düşerse faaliyetin kârlılığı azalacaktır. Görüldüğü üzere kârlılık ve rekabet edebilirlik konusunda tarife bileşenlerinin doğru planlanması önem teşkil etmektedir.

1.5.1.3. Konfor temelli bileşenler

Havayolu taşımacılık hizmetinin konfor temelli bileşenlerini kabin içi düzen, koltukların ve koltuk arası mesafenin genişliği, uçuşta sağlanan yiyecek içecek gibi yan hizmetlerin sayısı ve niteliği, kabin çalışanlarının ve yolcu hizmetleri çalışanlarının tutumu, kabin içi eğlence sistemi, yerde sağlanan bekleme salonu benzeri imkânlar, bagajlara yönelik tutum ile bagaj verme ve alma süreleri gibi unsurlar oluşturur. Bu tip hizmetlerin sayısı ve kalitesi havayolu işletmesini yolcuların tercih sebebi yaparak rekabet avantajı elde etmesini sağlayabilir. Konfor temelli bileşenlerin niceliğinin ve niteliğinin artırılması havayolu işletmesine olan talebi artıracığı için faaliyet kârlılığı denkleminde (1.2) RPK değerini artırır. Ancak diğer bir yandan aynı uçak tipinde koltuk ve koltuk arası mesafenin artırılması ASK değerini azaltacaktır. Doluluk oranının zaten yüksek olduğu durumlarda ASK değerinin azalması kapasite sınırlılığı nedeniyle RPK artışını engelleyebilir hatta azaltabilir. Bunun yanında sağlanan ikram ve benzeri yan hizmetlerin ve kalitesinin artırılması havayolu taşımacılığının faaliyet maliyetlerinin artmasına dolayısıyla denklemde birim maliyet değerinin yükselmesine neden olur. Faaliyet kârlılığının azalmaması için artan birim maliyete karşın RPK değerinin ya da birim getiri değerinin artırılmasının sağlanması gereklidir.

1.5.1.4. Sağlanan kolaylıklarla ilgili bileşenler

Müşterilerin rezervasyon ve bilet işlemlerini kolaylıkla gerçekleştirebilmesi, internet sitelerinin kullanıcı dostu olması, fiziksel satış ofislerinin sayısı, ödeme adımında sağlanan kolaylıklar (ödeme seçeneklerinin fazlalığı, taksit imkânları vb.) müşteri hizmetlerine ulaşılabilirlik, bagaj ve kargo izin politikaları ile kargoya sağlanan kolaylıklar (canlı hayvan, cenaze vb.), sık uçan yolcu programları gibi kolaylıkların yanında kapasite yönetimi ve gelir yönetimiyle sağlanabilecek olan müşterilerin istediğinde boş koltuk bulabilmesi gibi kolaylıklar havayolu taşımacılık hizmetinin sağlanan kolaylıklarla ilgili bileşenleridir. Bu bileşenler havayolu işletmesine olan talebi etkileyerek havayolu işletmesini tercih sebebi yapabilir. Faaliyet kârı denklemine (1.2) bileşenlerin olumlu olması RPK artışı sağlayabilirken bu kolaylıkların sağlanması havayolu işletmesine sabit ve değişken maliyet oluşturmaktadır.

1.5.1.5. İtibar temelli bileşenler

Bu bileşenler diğer bileşenlere nazaran daha soyut yapıdadır. Müşterilerin gözündeki büyüklük ve kalite algısı, emniyet ve güvenlik algısı, bilinirlik, marka imajı gibi bileşenleri içerir. İtibar temelli bileşenler, havayolu işletmesini tercih sebebi yapabilir. Bunun yanında bir havayolunun müşterilerin gözünde değerli olması o havayolunun sunduğu hizmete belki de diğer havayolu işletmelerinin bazılarıyla aynı olmasına rağmen müşterilerin daha fazla ödemesini sağlayabilir. Bu durum faaliyet kârlılığı denklemi (1.2) üzerine yerleştirildiğinde talebin artışı RPK artışını bir hizmete daha fazla ödemeye razı olma durumu da birim getiri artışını sağlayabilir. Buna karşın büyük havayolu imajı için daha fazla noktaya uçuş ve daha çok uçuş yapma kararı ASK değerini artırırken imajın yaratılması için katlanılan reklam ve diğer maliyetler sabit ve değişken maliyetleri artırabilir dolayısıyla birim maliyet değerini de yükseltebilir. Havayolu işletmeleri arzlarını oluştururken rekabet avantajı elde edebilmek için bu dengeyi doğru kararlarla kurmalıdırlar.

Açıklandığı üzere havayolu taşımacılığında arz edilen hizmeti oluşturan bileşenler kârlılık denkleminin öğelerini çeşitli şekillerde etkileyebilmektedir. Arz edilen hizmetin bileşenleri talebi artırarak RPK değerini, arzı artırarak ASK değerini artırabilmektedir. Bunun yanında bileşenlerin nasıl sunulacağının kararı birim getiriyi ve birim maliyetleri de etkileyebilmektedir. Dolayısıyla daha önce de belirtildiği gibi pazara sunulacak hizmet havayolu işletmesine rekabet avantajı veya dezavantajı sağlayabilir. Yukarıda değinilen

bazı öğelerin talep üzerindeki etkilerine “Havayolu taşımacılığında talebi etkileyen unsurlar” (Bkz. 1.5.3.) başlığı altında daha detaylı değinilmiştir.

1.5.2. Havayolu taşımacılığı arzının özellikleri

Havayolu taşımacılığı toplu sunulan bir hizmettir ve arz edilen koltuklardan uçuş zamanına kadar satılamayanlar tamamen kayıptır, ekonomik fayda sağlanamaz. Arzın depolanıp daha sonra satılamaması yani kolay bozulma özelliği kapasite yönetiminin önemini artırır (Doganis, 2019, s. 5). Kapasitenin doğru yönetilmesi için doğru talep tahmini gereklidir. Talep tahmini yanında çeşitli yöntemler kullanılır. Bu yöntemlerden biri dinamik fiyatlandırmadır. Aynı oturma sınıfında olsa dahi havayolu taşımacılığında iki yolcunun aynı hizmete ödediği ücret farklı olabilmektedir. Uçuş zamanı yaklaştıkça satılan koltuk sayısına göre kapasite yönetimi için koltukların fiyatları değişkenlik gösterir (Escobari, 2012). Bu uygulamaya gelir yönetimi, getiri yönetimi, hasıla yönetimi gibi adlar da verilmektedir.

Bir diğer yöntem ise “over booking” olarak adlandırılan arz edilen koltuk sayısından fazla satış yapılmasıdır. Uçuşlarda kapasitenin belirli bir oran üzerinde satış yapılır. Bu yöntem son dakika iptalleri ya da yolcunun uçuşa gelmemesi (no show) gibi durumlar olsa bile uçuşun tam kapasite gerçekleşmesini ya da en azından doluluk oranının yüksek olmasını sağlar. Kapasiteden fazla yolcunun uçuşa katılmak için gelmesi durumunda fazla olan yolcuya bilet ücreti ve çeşitli ek faydalar sağlanmak durumunda kalınır. Bu durum ek maliyet oluşturabilse de arz edilen koltuktan fazla satış yapılması uygulaması çoğu kez boş koltukla uçuşu gerçekleştirmeyi engelleyebileceği için ek maliyet ihtimali kabul edilebilir küçük bir finansal risktir (Shaw, 2007, s. 169).

Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmet üretilirken tüketilir. Önceden test edilemez ve tüketiciye sunmadan önce değiştirilemez, düzenlenemez. Havayolu taşımacılığı arzının ekonomik yönünü ve yönetim kararlarını etkileyen önemli bir özelliği hizmetin depolanamaz olmasıdır. Birçok sektörde olduğu gibi memnun kalınmayan ya da kusurlu bir ürünün iade edilmesi gibi bir durum havayolu taşımacılığının temel çıktısı olan hizmet için geçerli değildir. Bu yüzden üretim ve tüketimin eş zamanlı gerçekleştiği süreç hizmetin kalite algısının oluşmasında büyük önem taşımaktadır (Gerede, 2015a, s. 14; Wensveen, 2015, s. 285-286). Üretilirken tüketilmesi özelliği yolcuyla operasyonun bir parçası haline getirirken üretici konumunda olan operasyon ekipleriyle (kokpit ekibi, kabin ekibi, yer hizmetleri personeli, teknik ekip) olan temasının fazla olmasına yol açar.

Dolayısıyla operasyon ekipleri hem üretimde hem pazarlamada önemli bir konumdadır. Uçuş ekibi operasyonun; karmaşıklığı, zaman baskısı, acil durumlar gibi yönlerini yönetirken müşteri memnuniyeti yönetimini de bunların arasına eklemek durumundadır (Holloway, 2008, s. 204).

Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmetin diğer bir özelliği satışı önceden gerçekleşmiş olmasına rağmen hizmet sunumunun gerçekleşmesinin kesin olmamasıdır. Meteorolojik koşullar, teknik problemler gibi nedenlerle uçuş iptal edilebilir, ertelenebilir veya gecikebilir. Bu durumda her yönden başarılı ilerleyen bir süreçte dahi algılanan hizmet kalitesi düşebilir. Ayrıca ek maliyetler oluşarak faaliyetin kârlılığı azalabilir (Gerede, 2015a, s. 14; Wensveen, 2015, s. 285-286).

1.5.3. Havayolu taşımacılığında talebi etkileyen faktörler

Havayolu taşımacılığına olan talebi etkileyen faktörler değerlendirilirken havayolu taşımacılığının türetilmiş talep olduğu bakış açısıyla bakmakta fayda vardır. Çünkü seyahat talebini etkileyen bazı unsurlar dolaylı olarak havayolu taşımacılığına olan genel talebi de etkileyebilmektedir.

Havayolu taşımacılığına olan talebi etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerin çalışmada iki ana sınıf altında incelenmesi uygun bulunmuştur. İlk sınıf havayolu arzından bağımsız olan ve havayolu tarafından kontrol edilemeyen faktörleri içerirken. İkinci sınıf ise havayolu işletmesinin ya da işletmelerinin kararlarının talep üzerinde etkisinin görüldüğü, havayolunun arz ettiği hizmetin bileşenleriyle ilgili faktörleri incelemektedir.

1.5.3.1. Havayolu işletmesinin arzından bağımsız faktörler

Bu faktörlerin talebi etkilemesinde genellikle havayolu işletmelerinin kararlarının ve kararları sonucu piyasaya arz ettikleri hizmetin özelliklerinin etkisi olduğu görülmez. Havayolu işletmesinin arzından bağımsız faktörler, çoğunlukla müşterilerin seyahati gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceğinin ya da seyahatlerini havayolu taşımacılığıyla mı yoksa diğer taşımacılık türünden biriyle mi gerçekleştireceklerinin seçiminde belirleyicidir.

1.5.3.1.1. *Gelir düzeyi*

Havayolu taşımacılığına olan talep değişimlerine talebin tanımı üzerinden bakıldığında, bilet fiyatlarının aynı kaldığı durumda potansiyel yolcu kitlesinin gelirindeki artış satın alma yeterliliğine sahip insan sayısını artıracak için havayolu taşımacılığına olan talebi artırmaktadır. Bu duruma ek olarak, gelir düzeyindeki artışın talebi etkilemesi talep kavramını oluşturan diğer bir unsur olan insanların isteğinin artmasından da kaynaklanmaktadır. Gelir düzeyindeki yükseliş insanların daha çok seyahat etmek istemesine yol açar. Dolayısıyla seyahat talebinden türeyen havayolu taşımacılığı talebi de artmış olur. Gelirlerin bir toplumda yükselmesi genellikle iş faaliyetlerinin yükselmesiyle doğru orantılıdır. Bu nedenle gelirin yükselmesi iş amaçlı seyahat sonucu türeyen havayolu taşımacılığı talebini de artıracaktır (O'Connor, 2001, s. 104).

Talep edilen miktardaki değişimin gelirdeki değişmeye oranı talebin gelir esnekliği olarak adlandırılır. Gelirde %X kadar değişimin olduğu bir durumda talepteki değişim %X'in üzerindeyse talebin gelir esnekliği yüksek kabul edilir. Formülü aşağıdaki denklemde (1.3) belirtildiği gibidir (Doganis, 2019, s. 181).

$$\text{Talebin Gelir Esnekliği} = \frac{\text{Talep Edilen Miktardaki Değişim (\%)}}{\text{Gelirdeki Değişim (\%)}} \quad (1.3)$$

Gelirdeki değişim ile talep edilen miktardaki değişim doğru orantılıdır. Bu yüzden iki tarafın işareti de ya negatif ya da pozitif olacaktır. Bu işaretlerin birbirine bölümünün sonucu da pozitif olur ve sonuç 1'in üzerindeyse talebin gelir esnekliğinin yüksek olduğu anlamına gelir. Aynı formül, sadece gelir için değil özellikle fiyat olmak üzere talebi etkileyen bazı faktörler için kullanılabilir. Gelir yerine başka bir bağımsız değişken yazılarak, yazılan değişkenin esnekliği bulunabilir.

Gelirin mevcut seviyesinin, talebin gelir esnekliği üzerinde etkisi vardır. Gelir seviyesi yükseldikçe temel ihtiyaçlara ayrılan gelir yüzdesel olarak azalırken lüks ve yarı lüks mal ve hizmetlere ayrılan gelir yüzdesi artar. Gelirin çok düşük olduğu oldukça fakir ülkelerde gelirdeki artışın büyük kısmı öncelikle beslenme ve barınma gibi temel ihtiyaçlara ayrılacağı için havayoluna olan talepteki artış daha kısıtlı olur, dolayısıyla talebin gelir esnekliği düşüktür. Gelir seviyesi yükseldikçe, havayolu taşımacılığı için talebin gelir esnekliği de yükselir (O'Connor, 2001, s. 104-105).

Gelir seviyesinin artışının talebi artırmasının nedenlerinden biri olarak maddi açıdan, insanların havayolu taşımacılık hizmetini satın alabilme yeterliliği kazanmasıyla ilgili olduğundan bahsedilmiştir. Bu durumda havayolu taşımacılık hizmetinin ücretiyle kişilerin gelir seviyesi arasında talebin etkilenmesi hususunda bir ilişki vardır. Gelir seviyesi düşük toplumlarda fiyat hassasiyeti gelir seviyesi yüksek toplumlardakinden yüksek olur (Holloway, 2008, s. 87). Dolayısıyla gelir seviyesi düşük toplumların yer aldığı pazarlarda düşük fiyatlı taşımacılık hizmeti sunmak üzerine strateji geliştirmiş havayolu işletmeleri rekabet avantajı elde ederek pazar paylarını artırabilirler.

1.5.3.1.2. İkame ve tamamlayıcı hizmetler

Havayolu taşımacılığı için ikame hizmet diğer ulaştırma türleridir. Yolcunun asıl amacı bir yerden başka bir yere ulaşmak olduğundan yani havayolu taşımacılığı doğrudan talep edilen hizmet olmadığından ikamelerin daha avantajlı olduğu durumlarda havayolu taşımacılığına olan talep azalır. Örneğin İstanbul-Eskişehir arasında bulunan yüksek hızlı tren fiyat, konfor, zaman gibi bileşenlerde havayolu taşımacılığına avantaj sağladığı sürece bu şehir çiftinde havayolu taşımacılığına olan talepte artış olmayacaktır. Bunun tersi duruma örnek vermek gerekirse de karayla ulaşımın çok zor olduğu dağlık ülkeler veya ada ülkeleri söylenebilir. Diğer ulaştırma türlerinin kullanımının olanaksız ya da dezavantajlı olduğu pazarlarda havayolu taşımacılığına olan talep yüksek olacaktır (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 52).

Seyahat edilecek mesafe uzadıkça havayolu taşımacılığının hız avantajı dolayısıyla sağladığı zaman faydasının etkisi diğer taşımacılık türlerine göre daha da arttığından ikame taşımacılık hizmetlerinin havayoluyla rekabet etmesi zorlaşır. Yani seyahatin mesafesi uzadıkça talebin bu konudaki esnekliği azalır. Diğer yandan seyahatin mesafesi kısaldıkça havayolu taşımacılığı ikame taşımacılık hizmetlerine karşı fiyat ve konfor avantajına sahip olsa bile seyahat süresi dezavantajı oluşacaktır. Çünkü hızlı tren, otobüs gibi ulaştırma hizmetlerinin duraklarının fazlalığı ve genellikle şehir merkezlerine yakınlığı asıl varış noktasına havaalanından daha yakın olma ihtimalini güçlendirir (Gerede, 2015a, s. 43). Buna ek olarak havayolu taşımacılığının yolcuya sabit zaman maliyetinin daha fazla olduğu söylenebilir. Havayolu taşımacılığında güvenlik ve yolcu hizmetleri süreçleri daha karışık ve uzun olduğu için uçuş başlamadan önce uçulacak mesafe ne kadar kısa olursa olsun belirli bir süre önceden havaalanında bulunulması gerekmektedir (Shaw, 2007, s. 30).

İkame hizmetlerin aksine tamamlayıcı hizmet olanakları fazla ya da ulaşılabilirliği kolay olduğunda talebin artması beklenir. Havayolu taşımacılığının kalkış ve varış noktaları havaalanlarıdır. Ancak yolcunun esas talebi Asıl Başlangıç Noktasından (ABN) (İngilizce yazında: Origin) Asıl Varış Noktasına (AVN) (İngilizce yazında: Destination) ulaşmaktır. Genellikle ABN ve AVN noktaları havaalanları değildir. Hatta bu noktaların bulunduğu yani seyahatin başladığı ve ulaşımın tamamlandığı şehirlerde havaalanı bile olmayabilir. Dolayısıyla asıl talebin gerçekleşme evresinde havayolu taşımacılığının (bir veya birden fazla uçuş şeklinde gerçekleşebilir) öncesinde ve sonrasında da bir ulaştırma işlemi gerçekleşmektedir (Gerede, 2015a, s. 5; Belobaba, 2016b, s. 51). Havaalanına ya da havaalanından ulaşımı olur kılan hizmetler havayolu taşımacılığının tamamlayıcı hizmetleridir. Bu hizmetlerin ulaşılabilirliğinin artması havayolu taşımacılığına olan talebin artmasını sağlar. Asıl talebe ulaşmada tamamlayıcı diğer bir talep konaklama talebi olarak söylenebilir. Asıl talebin tatil yapmak olduğu bir durumda havayolu taşımacılığının yanında konaklamanın ulaşılabilirliği de önem taşımaktadır. Örneğin bir tatil bölgesine olan uçuş fiyatlarının dönem boyunca değişmediği ancak dönem içinde bazı zamanlarda tatil bölgesindeki otel fiyatlarında artış gerçekleştiği varsayıldığında tamamlayıcı hizmetin unsuru olan otellere ulaşımın zorlaşması esas talebi etkileyeceğinden havayolu taşımacılığına olan talebi de etkilemektedir. Otel fiyatlarının arttığı dönemlerde uçuş bileti fiyatları değişmese dahi havayolu taşımacılığına olan talepte azalma gerçekleşebilmektedir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 52).

1.5.3.1.3. Nüfus, nüfusun sosyokültürel özellikleri ve bulunduğu coğrafya ile ilgili faktörler

Nüfusun büyüklüğünün fazla olması, doğal olarak mal ve hizmetlere ulaşma isteği ve ihtiyacındaki insan sayısının fazla olması anlamına gelir. Dolayısıyla nüfus arttıkça seyahat etme potansiyeline sahip kişi sayısı artacaktır. Bu nedenle çoğunlukla nüfustaki artış talep artışına yol açar. Ancak diğer yandan ülkenin ekonomisi büyümeyen toplam gelir artmazsa ülke nüfusunun artışı kişi başına düşen geliri azaltacağı için beklenen talep artışını yaratmayabilir. Başka bir açıdan ülkenin ekonomisi büyür toplam geliri yükselir ancak nüfusu azalma yönünde değişim gösterirse nüfusun talebe etkisi nedeniyle artan gelir oranında talepte artış gerçekleşmeyebilir (Doganis, 2019, s. 178).

Nüfusun sayısının yanında yaşayan insanların tatil alışkanlıkları, yakınlarını ziyaret kültürleri, ülkenin resmi ve dini tatil günleri, ülkede gerçekleşen çeşitli sanatsal, kültürel, akademik etkinlikler ya da ülke dışındaki etkinliklere ülke nüfusunun katılım hevesi gibi faktörlerin de talep üzerinde etkisi olabilir. Ayrıca nüfusu oluşturan insanların etnik kökenleri veya ülkenin göçe yatkınlığı da talebi etkileyebilmektedir. Örneğin geçmişte Türkiye’den Avrupa’ya göç etmiş gurbetçiler belirli aralıklarla ülkelerindeki yakınlarını ziyaret için havayolu taşımacılığını talep etmektedirler (Gerede, 2015a, s. 35; Doganis, 2019, s. 179).

Yeryüzünün tamamı sularla çevrili kara parçalarından oluşmaktadır. Bu kara parçalarının büyükleri kıta küçükleri ise ada olarak adlandırılır. Bu kara parçalarının birinden diğerine geçişte insanların kullanabileceği ulaştırma türleri denizyolu ve havayoluyla sınırlanmaktadır. Dolayısıyla kıtalar arası yolculukta ya da adalarda yaşayan nüfusun seyahatinde diğer seçeneklerin olmayışı ve denizyolunun seyahat süresi dezavantajı havayoluna olan talebi artırabilmektedir. Farklı coğrafyalarda farklı özelliklerde yer şekilleri ve iklimler görülmektedir. Dağlık bölgelerde ya da buzlanma, yoğun kar içeren soğuk iklimlere sahip coğrafyalarda kara üzerinden ulaşım zor olabileceğinden havayolu taşımacılığına olan talep yüksek olabilir (Hirst, 2008, s. 29; Gerede, 2015a, s. 33).

1.5.3.2. Havayolu taşımacılığında arz edilen hizmetin bileşenleriyle ilgili faktörler

Havayolu işletmeleri, rekabet stratejilerine ya da piyasa koşullarına göre arz ettikleri hizmetin bileşenlerini belirlerler. Belirlenen bileşenlerin bir araya gelmesiyle havayollarının arz ettikleri hizmet birbirlerininkinden farklılaşmış olarak oluşur. Bu farklılık müşterilerin hangi havayolunun sunduğu taşımacılık hizmetini seçecekleri kararında etkili olmaktadır. Arz edilen hizmetin bileşenleriyle ilgili faktörlerin bazıları, seyahatin yapılıp yapılmayacağını ya da seyahatin havayolu ile mi başka ulaştırma türleriyle mi yapılacağını belirleyebilmektedir. Diğer bir deyişle havayolu taşımacılığına olan genel talebi etkileyebilmektedirler. Ancak bu faktörlerin, genellikle hangi havayolu işletmesinin tercih sebebi olacağına etkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu faktörler, mevcut talebin havayolu işletmeleri arasındaki dağılımını, diğer bir deyişle havayolu işletmelerinin pazar paylarını belirlemektedir.

1.5.3.2.1. Fiyat

Diğer koşulların değişmediği varsayılırsa, havayolu taşımacılığının ücreti arttığında talebin azalması, aynı şekilde ücreti düştüğünde talebin artması beklenmektedir. Fiyat artışı doğal olarak talebin tanımında geçen satın alma yeterliliğine sahip kitlenin sayısında düşüş meydana getirecektir. Bu kural ekonomide talep kanunu olarak adlandırılır. Fiyat, havayolu taşımacılığına ve havayolu işletmesine olan talebin belirlenmesindeki en önemli faktörlerdendir. Serbestleşme sonrasında fiyatlandırma üzerindeki ekonomik düzenlemeler azaldığı için müşterinin seyahatinde kullanacağı havayolu işletmesinin seçimini dolayısıyla havayolu işletmesinin pazar payını ve rekabeti etkilemektedir (Wensveen, 2015, s. 329-334; Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 52).

Talebin fiyat esnekliğinin hesaplanması gelir esnekliğinin hesaplanması gibi talep edilen miktardaki değişim yüzdesinin fiyattaki değişim yüzdesine oranlanmasıyla gerçekleştirilir. Bir havayolu işletmesi bilet fiyatlarını artırdığında, talepteki düşüş oranı bilet fiyatındaki artış oranından fazla oluyorsa talebin fiyat esnekliği yüksek kabul edilir. Aynı durum bilet fiyatları üzerinden indirim yapıldığında talebin artış oranı için de geçerlidir. Aşağıda verilen denklem (1.4) talebin fiyat esnekliği formülünü göstermektedir (Hanlon, 2007, s. 20).

$$\text{Talebin Fiyat Esnekliği} = \frac{\text{Talep Edilen Miktardaki Değişim (\%)}}{\text{Fiyattaki Değişim (\%)}} \quad (1.4)$$

Talep edilen miktar ile fiyat ters orantılı olduğu için formül mutlak değer içerisinde hesaplanmadığı sürece negatif sonuç verecektir. Formüle göre talepteki değişimin fiyattaki değişimden yüksek olduğu durumda sonuç -1'den küçük olur. O halde sonucun -1'den küçük olduğu durumlarda talebin fiyat esnekliği yüksektir denilebilir (Doganis, 2019, s. 184).

Bir pazardaki tüm havayolu işletmelerinin bilet fiyatlarının artması o pazarda havayolu taşımacılığına olan toplam talebi düşürür. Ancak tüm havayolu işletmelerinin ortalama bilet fiyatı yükselmeyip bazılarınınkinin yükselmesi durumunda toplam talep yerine fiyatı artan havayolu işletmelerine olan talep azalacaktır. Dolayısıyla fiyatlarını artırmayan havayolu işletmeleri yolculara fiyat faydası sağladığı için rekabet avantajı elde eder ve pazar payını artırabilir (O'Connor, 2001, s. 109).

Bilet fiyatlarındaki artış farklı yolcu gruplarının talep azalışlarını farklı şekilde etkilemektedir. Eğlence amaçlı seyahat eden yolcular fiyat değişimlerine iş amaçlı

seyahat eden yolculardan daha duyarlıdır. Diğer bir deyişle tatil, gezi veya yakınları ziyaret gibi eğlence amacı sonucu oluşan havayolu taşımacılığı talebinin fiyat esnekliği iş amacıyla oluşan havayolu taşımacılığı talebinin fiyat esnekliğinden yüksektir. Bu durumda hedef kitlesi iş amaçlı seyahat edenler olan havayolu işletmesi fiyat rekabetinden ziyade bu kitlenin hassas olduğu faktörler üzerinden rekabet avantajı elde etmeye çalışabilir. Diğer yandan eğlence amaçlı seyahat eden kitlenin talebini artırmak isteyen havayolu işletmesi fiyat indiriminin yapılabilirliğini değerlendirebilir. Buna ilave olarak seyahatin uzunluğu da talebin fiyat esnekliğini etkileyen bir unsurdur. Kısa mesafeli seyahatler için oluşan havayolu talebinin fiyat esnekliği uzun mesafeli seyahatlerdekine göre daha fazladır (Gillen, Morrison ve Stewart, 2007). Buna göre uzun mesafeli yolculuklarda havayolu taşımacılığının avantajlarından sağlanan faydanın kısa mesafeli yolculuklara göre daha fazla olduğu söylenebilir. Dolayısıyla yolcular kısa mesafeli uçuşlarda oluşan fiyat artışı durumunda ikame ulaştırma türlerine daha fazla yönelme eğiliminde olabilmektedirler.

1.5.3.2.2. Uçuş tarifiesi ile ilgili faktörler

Uçuş sıklığı, toplam uçuş süresi, uçuş saatleri ve zamanlama performansı gibi havayolunun sunduğu taşımacılık hizmetinin tarife temelli bileşenleri esas seyahat talebinden ziyade türetilmiş talep üzerindeki etkisi fazladır (Holloway, 2008, s. 92). Diğer bir deyişle tarife temelli bileşenler mevcut bir seyahat talebini ulaşımın mümkün olmadığı ya da zor olduğu coğrafyalarda yoktan ortaya çıkarabilse de asıl etkisi seyahat talebinin hangi ulaştırma türüyle ya da hangi işletmeyle gerçekleştirileceği üzerindedir. Cazip uçuş süresi ve uçuş saatleri dolayısıyla talep, diğer ulaşım türlerinden havayolu taşımacılığına kayabilir. Uzun mesafeli seyahatlerde ulaştırma türleri arasındaki toplam seyahat süresi farkının fazla olması sebebiyle mesafe uzadıkça havayolu taşımacılığına olan talebin, kara, deniz ve demiryolu ulaşımına kıyasla arttığı görülür (Gerede, 2015a, s. 43). Buna karşın pazara arz edilecek havayolu taşımacılık hizmeti belirlenirken, bir yolcu kitlesinin birbirlerine uzak olan asıl başlangıç ve asıl varış noktaları arasındaki seyahat talebine karşılık birkaç aktarması ve bekleme süreleri olan uçuşlar sunulacak olursa yolcuya zaman avantajı oluşturmaz. Böyle bir durumda yolcunun tercihi başka yönlerden avantaj sağlayan diğer ulaşım türleri olabilir.

Ulaştırma türleri arası talebi etkilemesinin yanında tarife temelli bileşenler havayolu işletmeleri arasındaki talebi de etkileyebilir. Havayolu taşımacılığının sağladığı

faydalar zaman ve yer faydası olması nedeniyle seyahatin asıl başlangıç noktası ile asıl varış noktası arası toplam seyahat süresi talebi en çok etkileyen bileşenlerden birisidir (Gerede, 2015a, s. 37; Belobaba, 2016b, s. 58). Dolayısıyla yolcuların toplam seyahat süresinde farklılık oluşturacağı için aktarmasız uçuş yapan havayolu aktarmalı uçuş yapana göre; daha sık uçuşu olan havayolu seyrek uçuşu olana göre; zamanında kalkış performansı yüksek bir havayolu geciken havayoluna göre; uçuşları rağbet olan saatlerde olan havayolu olmayan havayoluna göre daha çok talep görüp rekabet avantajı elde edecektir. Dolayısıyla tarife temelli bileşenler talebi etkilediği için pazar payını artırmada ve rekabet üstünlüğü sağlamada önemli bir yere sahiptir. Bir pazarda aynı uçuş süresine ve benzer ek hizmetlere sahip havayolu işletmelerinin sundukları hizmetin fiyatları eşit olduğu takdirde daha sık ve talep yoğun saatlerde uçuş yapan havayolunun pazar payı fazla olacaktır (Cook ve Billig, 2017, s. 56).

Talebi etkileyen diğer unsurlarda da görüldüğü gibi esas talebin özelliği tarife temelli bileşenlerin talebi ne kadar etkilediğini değiştirmektedir. Önceki bölümlerde bahsedildiği üzere talebin fiyat esnekliği eğlence amaçlı seyahatlerde fazlayken iş seyahatlerinde daha düşüktü. Eğlence amaçlı seyahatlere kıyasla iş amaçlı seyahatlerin ise zaman hassasiyeti daha fazladır. İş amaçlı seyahatlerde kalkış ve varış saatleri, toplam uçuş süresi, varılmak istenen yerde zamanında olmak gibi konular daha yüksek öneme sahiptir. Dolayısıyla havayolunun arz ettiği hizmetin tarife bileşeni iş amaçlı seyahat eden yolcuların talebini daha fazla etkiler. Yani havayolu talebinin uçuş süresi esnekliği iş amaçlı seyahatlerde daha fazladır. Hedef pazarı iş amaçlı seyahat eden yolcular olan havayolu işletmeleri rekabet avantajı elde etmek için tarife temelli bileşenlerine daha fazla kaynak ayırabilirler (Holloway, 2008, s. 93; Cook ve Billig, 2017, s. 56).

1.5.3.2.3. Yolcuya sağlanan konfor

Bu faktörler havayolu arzının konfor temelli bileşenlerinde belirtilen yolcu konforuna yönelik havayolu tarafından sağlanan her bir hizmet ve tutumu göstermektedir. Yolcuya sağlanan konfor çoğunlukla havayolu işletmeleri arası talebin değişimini etkiler. Esas seyahat talebi üzerindeki ya da talebin ulaşım türleri arasındaki geçişi üzerindeki etkisi ise oldukça azdır. Basitçe, insanların karayolu yerine havayolunu seçmesinde uçuşta sağlanan ikram hizmeti, koltukların mesafesi gibi sebepler çoğunlukla karar verme ölçütü oluşturmazlar. Ancak mevcut havayolu talebinin hangi havayolu işletmesine

kayacağını etkilemektedirler. Bu nedenle havayolu işletmelerinin rekabet edebilirliğinde, pazar paylarını artırmalarında önemli bir faktördür (O'Connor, 2001, s. 109).

Konfor temelli bileşenler havayolu işletmelerini hem bu bileşene esnekliği yüksek hem düşük olan yolculara yönelik arz sağlamak amacıyla kabin sınıfları oluşturmaya itmiştir. Aynı uçak içerisinde, aynı tarife temelli bileşenlere tabi olan yolcular farklı kabin sınıfları nedeniyle farklı fiyat bileşenine ve konfor bileşenine tabi olabilmektedir. Fiyat esnekliği yüksek yolcular daha az konforlu koltuklara sahip ve daha düşük seviye ikram gibi yan hizmetleri olan ekonomi sınıfını talep ederken konfor esnekliği fiyat esnekliğinden yüksek yolcular aynı uçuşu daha konforlu koltuklarda, daha üst düzey ek hizmetler ve tutum eşliğinde geçirmek için daha fazla ücret ödemeye razı olabilmektedir. Rekabet stratejisini bu yönde belirlemiş havayolu işletmeleri konfor hassasiyeti yüksek yolcuların talebini kendilerine çekebilmek için bu kısım yolcuların oluşturduğu pazar payını artırabilmek için konfor temelli bileşenlerine daha fazla kaynak ayırıp pazarlama faaliyetlerini bu yönde yürütebilirler (Shaw, 2007, s. 158-161; Holloway, 2008, s. 74).

Konfor temelli bileşenlerin havayolu taşımacılığı talebine etkisi uçuş süresi uzadıkça artmaktadır. Yolcuların, havayolu ya da kabin sınıfı tercihlerinin özellikle uzun uçuşlarda konfor temelli bileşenlerden etkilendiği görülmektedir. Kısa sürecek bir uçuşta yolcular konfor için ek ücret ödemeye daha az razı olurlarken fiyat ve uçuş saati gibi faktörler havayolu seçimlerini daha çok etkilemektedir. Dolayısıyla uçuş süresi uzadıkça yolcuların konfor hassasiyeti artmaktadır (Shaw, 2007, s. 158-161).

1.5.3.2.4. Havayolunun sağladığı kolaylıklar

Sağlanan kolaylıklar içerisinde, önemli ve talebi doğrudan etkileyen bir konu olan arzu edildiği zaman taşımacılık hizmetinin erişilebilir olmasıdır. Fiyat hassasiyeti düşük uçuş süresi ve uçuş zamanına hassasiyeti yüksek olan yolcu grubu için talep ettiği zamanda uçak bileti bulabilmek önemlidir. Bu yolcu grubu daha önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere çoğunlukla iş amaçlı seyahat edenlerden oluşmaktadır. Bilindiği gibi havayolu arzı uçağın ve uçuşların toplam kapasitesiyle sınırlıdır. Ancak gelir yönetimi araçlarından biri olan dinamik fiyatlandırma bu kapasitenin erkenden tükenmesini ya da uçuşun doluluk oranının düşük kalmasını engellemeye çabalar. Örneğin uçuşa daha günler varken uçakta kalan koltuk sayısı azaldıysa son kalan koltukların fiyatları oldukça yüksek olabilir. Fiyat hassasiyeti uçuş süresi ve uçuş zamanına olan hassasiyetten düşük olan yolcular bu son kalan koltuklara yüksek ücretleri ödemeye razı olabilirler.

Dolayısıyla hem aynı koltuktan fazla gelir elde edilmiş olurken hem de talep eden ve ödemeye razı yolcular geri çevrilmemiş olmaktadır. Böylece, özellikle fiyat hassasiyeti düşük yolcu grubunun havayolu işletmesine olan marka sadakati sağlanabilir ve diğer havayolu işletmelerine karşı rekabet avantajı elde edilebilir (Escobari, 2012; Doganis, 2019, s. 222-226).

Kolaylıklarla ilgili diğer konular ise havayolu taşımacılık hizmetini satın almanın kolaylığı için işletmenin internet sitesinin, mobil uygulamasının, bilet ve rezervasyon sisteminin kolay ulaşılabilir olması, bilet fiyatlarını karşılaştıran sitelere veri akışının sağlanması, sık uçan yolcu programı gibi yolcuya avantaj sağlayan uygulamalar ile fiziksel satış ofislerinin fazlalığı olabilir. Müşteriler, fiyat ya da uçuş süresi hassasiyeti fazla olsa da daha avantajlı olan seçeneğe ulaşmakta zorluk çekerlerse istemeden de olsa alternatif seçeneğe yönelebilirler (Liu ve Wu, 2023). Böylece havayolu işletmesine olan talep azalmış rakip işletmeler avantaj elde etmiş olurlar. Ayrıca sık uçan yolcu programları yolcuya indirim, anlaşmalı mağazalarda alışveriş faydası gibi imkânlar tanıyarak müşterinin işletmeye sadık olmasını sağlar ve talebi etkilemiş olur (Shaw, 2007, s. 30). İlave olarak yolculara sağlanan evcil hayvan taşıma vb. kolaylıklar bu konuda hassasiyeti olan yolcu grubuna diğer bileşenlerden fazla etki edip talebin yönünü değiştirebilir.

1.5.3.2.5. Havayolunun itibarı

Bir havayolunun bilinirliği, marka imajı, kalite, emniyet, güvenlik, zamanında kalkış performansı algısı müşterilerin karar vermelerinde etkili olmaktadır ve böylece talebi etkilemektedir. Önceki faktörlerden ziyade itibar bileşeni soyuttur. Bu yüzden; gelir, fiyat, uçuş süresi gibi faktörlerde olduğu şekilde talebin bu faktör karşısında tam olarak ne kadar esnek olduğunun sayısal hesaplaması yapılamaz (Doganis, 2019, s. 226-229).

Bu bileşen içerisinde talebe etkisi olabilecek en önemli konulardan biri emniyet algısıdır. İnsanlar bir faaliyetin hayati tehlikesi olduğunu düşündüğünde risk almaktan kaçınacaklardır (Shaw, 2007, s. 264). Bu nedenle emniyet algısının düşük olması durumunda seyahat süresi, fiyat gibi faydalardan feragat ederek daha emniyetli olduğu düşünülen seçeneklere yönelebilir. Emniyet algısının düşük olması havayolu taşımacılığına olan toplam talebi azaltıp seyahat talebinin diğer taşımacılık türlerine kaymasını sağlayabilir. Bunun yanında bir havayolu işletmesine karşı emniyet algısının

düşük olması o havayolu işletmesine olan talebin azalmasına dolayısıyla havayolu işletmesinin pazar payının azalmasına yol açabilir. Aynı etki kalite algısı, güvenlik algısı ya da zamanında kalkış performansı algısı için de geçerli olabilir. Havayolu işletmeleri pazarlama faaliyetleriyle insanlar tarafından algılanan itibarını yönetip talebi etkilemeye çabalarlar. Bu şekilde rekabet avantajı elde ederek pazar paylarını artırabilirler (Gerede, 2015a, s. 42; Doganis, 2019, s. 226-229).

1.5.4. Havayolu taşımacılığı talebinin özellikleri

1.5.4.1. Dalgalı ve döngüsel seyir

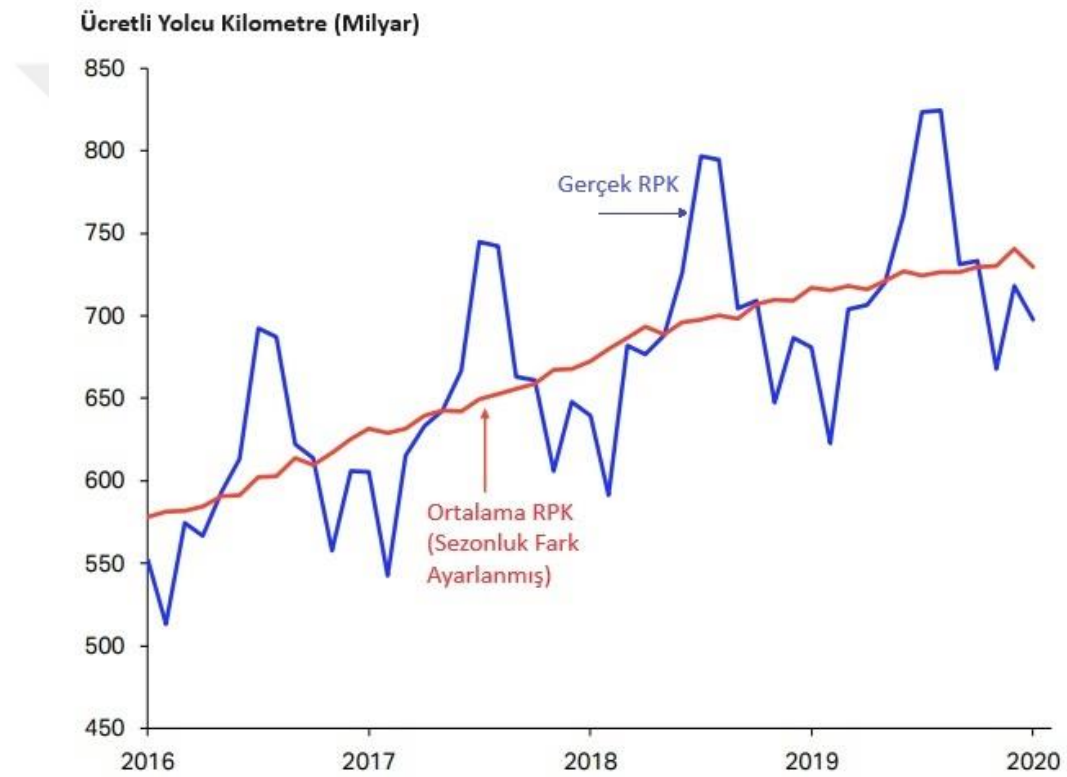
Havayolu taşımacılığının gelişimi çeşitli küresel olaylardan etkilenir. Küresel ekonomik krizler, savaşlar, terör saldırıları, salgınlar ve benzeri olaylar önceki bölümde bahsedilen faktörlerin bazılarını etkileyebildiği için talebi azaltabilir ya da kısıtlayabilir. Olaylar sonrasında talep, tekrar yükselme eğilimine girip başka bir olayla karşılaşılınca düşme durumunu tekrarlar. Bu döngüsel azalış artma hareketleri sonucunda uzun vadede toplam trafiğe bakıldığında uzun vadede yükselen ancak düşüş dönemlerinin de olduğu asimetrik dalgalı bir seyir izlediği görülür. Dolayısıyla sektöre giriş yapmak isteyen havayolu işletmeleri her zaman istikrarlı ve yüksek talep olmayabileceğini göz önünde bulundurarak plan ve stratejilerini bu doğrultuda belirlemelidirler (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 63).

Bu özelliğin en son örneği 2020 yılındaki Covid-19 salgını (pandemi) kaynaklı azalan, hatta azalan kısmın da ülkeler tarafından önlem amaçlı seyahat yasağı nedeniyle reddedilen yolcu talebidir. 2019 yılında yolcu trafiği yüksekken 2020 yılında dip yapmış ve sonrasında yavaş yavaş tekrar toparlanma ve artma eğilimine girmiştir. Bu konuya çalışmanın ilerleyen kısımlarında daha detaylı değinilmektedir (Bkz. Bölüm 1.7).

1.5.4.2. Sezonluk ve belirli zamanlarda değişkenlik

Havayolu taşımacılığı talebi sezonluktur. Yolcu taşımacılığında yaz aylarında havayolu taşımacılığına olan talep artarken kış aylarında azalmaktadır. Bu artış ve azalış kendini tekrarladığından talepte yine dalgalı bir yapı oluşur. Ancak çeşitli olaylardan etkilenen ve dalgalı bir seyir izleyen talebe göre sezonluk olması özelliği bazı farklılıklar barındırır. Talebin dalgalı ve döngüsel özelliği uzun vadelidir, sezonluk özelliği ise yıllık gerçekleşen bir döngüdür ve her sene tekrarlar. Dolayısıyla önceki başlıkta değinilen talebin azalış artma durumunun hangi zamanda gerçekleşeceği ile ne kadar artış

azalacağı tahmin edilemez. Buna karşın aynı hareketi tekrarlaması nedeniyle sezonluk artıp azalmaların ne zaman olacağı yaklaşık olarak bilinir ve ne kadar artıp azalacağı aşağı yukarı tahmin edilebilir. Dolayısıyla havayolu işletmeleri uçuş planlamalarını sezonluk artış azalışa göre yapabilme olanağına sahiptir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 64). Şekil 1.3'te Covid-19 öncesi dönemde istikrarlı seyreden sektörde Ücretli Yolcu Kilometre değerinin her yıl talebin sezonluk özelliği nedeniyle benzer artış azalışı gerçekleştirerek neredeyse simetrik ancak yükselme eğiliminde olan dalgalara sahip bir grafik oluşturduğu görülmektedir.



Şekil 1.3 2016-2020 yılları arası gerçek RPK ve sezonluk fark ayarlanarak oluşturulmuş ortalama RPK değerleri (IATA, 2020)

Sezonluk değişimlere ek olarak havayolu taşımacılığına olan talep haftanın günlerinde, günün saatlerinde bile farklılık göstermektedir. İş seyahati amacıyla oluşan havayolu taşımacılığı talebi hafta içi fazla olabilmekteyken eğlence amaçlı seyahatin türettiği havayolu talebi hafta sonları daha fazla olabilmektedir. Gün içindeki talebe bakıldığında da genellikle havayolu yolcu taşımacılığı talebi özellikle iş amaçlı

seyahatlerde gündüz uçuşları için daha fazlayken gece uçuşlarına talep daha az olmaktadır (O'Connor, 2001, s. 106).

Sezonluk artış azalışın yanında tahmin edilebilir bir diğer talep artışı özel günlerde gerçekleşir. Bayramlar ve yılbaşı gibi özel günlerde özellikle eğlence amaçlı seyahatler (tatil, yakınları ziyaret gibi) arttığı için havayolu taşımacılığına olan talep de artmaktadır. Özel günlerin hangi günler olduğu belirli olduğu için havayolu işletmeleri için talep artışına yönelik uçuş planlamasını yapmak mümkün olmaktadır.

1.5.4.3. Belirli zamanlarda belirli yönde akış

Havayolu taşımacılığına olan talep çeşitli etkinliklerden dolayı yılın bazı zamanlarında bazı yönler artabilmektedir. Dünya futbol şampiyonası, günler süren müzik festivalleri benzeri etkinliklerin başlama zamanlarında bu etkinliklerin gerçekleştiği yerlere dünyanın birçok yerinden gidiş talebi fazlayken bitiş zamanlarında o yerden dönüş talebi fazladır. Havayolu işletmeleri bu etkinliklerin gerçekleşeceği zaman talebin bu özelliğine göre planlama gerçekleştirebilirler. Etkinlikler haricinde bu özelliğin görüldüğü başka bir durum haftanın belirli günlerinde belirli yönde gerçekleşen trafik akışıdır. İnsanların daha çok birkaç günlük eğlence için gittiği turistik şehirlere olan havayolu taşımacılığı talebi gidiş yönünde cuma ya da cumartesi günleri fazla olurken dönüş yönü için olan talep pazar ya da pazartesi günleri fazla olabilmektedir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 65).

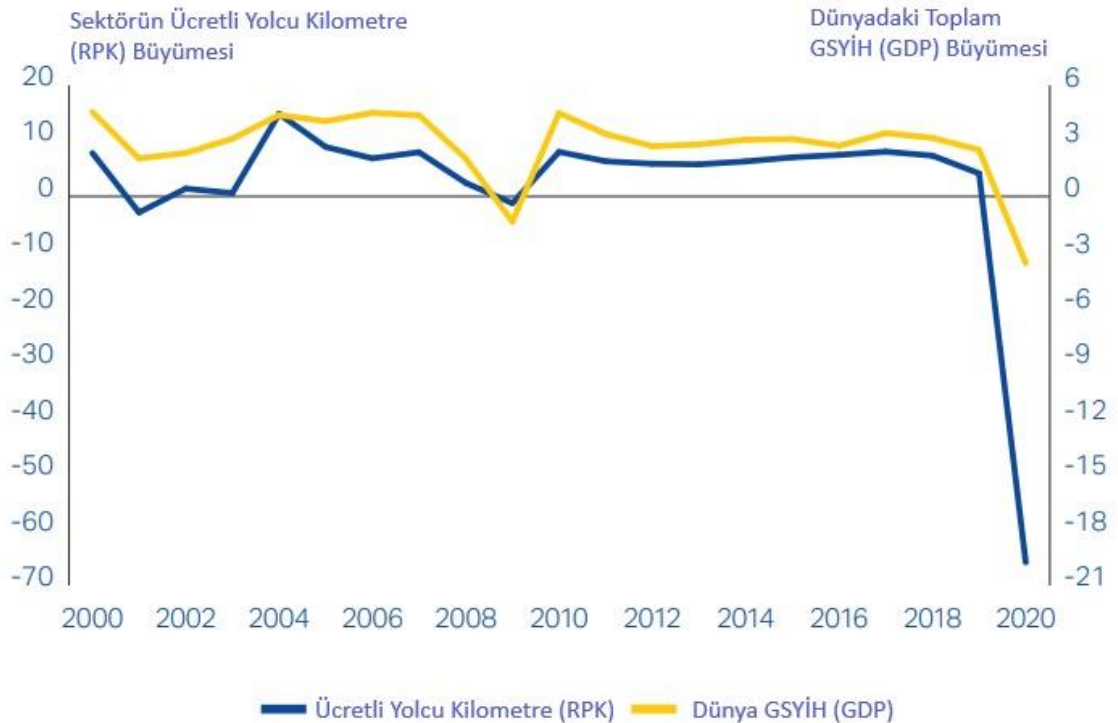
Talebin belirli zamanlarda belirli yönde akışı havayolu taşımacılığı için problem oluşturabilmektedir. Çünkü havayolu yolcu taşımacılığı çift yönlüdür. Merkezi olan havaalanından bir noktaya uçuş yapan uçak geri merkezine dönecektir. Gidiş talebinin fazla dönüş talebinin az (ya da tam tersi) olduğu durumlarda uçak, seferlerinden birini doluluk oranı düşük gerçekleştirmek zorunda kalır. Dolayısıyla gidiş-dönüş olarak uçuş ele alındığında ortalama doluluk oranı düşük olacaktır. Bu durumdan zarar görmemek için havayolu işletmesi fiyatlandırmayı doğru yapmalıdır.

1.6. Makroekonomik Faktörlerin Havayolu Taşımacılığı Sektörü Üzerindeki Etkisi

Makroekonomi bir ülkenin faiz oranı, enflasyon oranı, parasının diğer paralar karşısında değeri, ithalat-ihracat dengesi, gayri safi yurtiçi hasılası, işsizlik oranı gibi konuları ve aralarındaki ilişkiyi kapsar. Makroekonomi, şirketlerin ekonomik durumlarından yani mikroekonomiden farklı olarak şirketler tarafından kontrol edilemez

ancak havayolu işletmelerinin verdikleri kararlarda karar verme ölçütü olarak rol oynar (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 28).

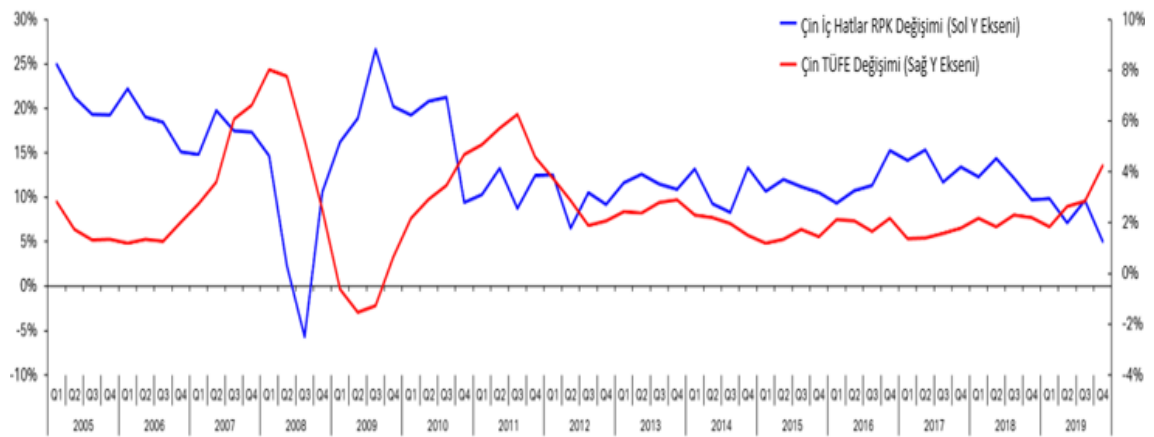
Belirli bir ekonomide bir dönemde üretilen toplam mal ve hizmetin değeri **gayrisafi yurt içi hasıla (GSYİH)** (İngilizcede: Gross Domestic Product (GDP)) olarak adlandırılır. GSYİH, kabaca ekonomik aktivitenin bir ölçüsüdür. Bireylerin seyahat talebi genellikle toplam üretimden ve buna bağlı olarak gelir düzeyinden etkilenir. İş amaçlı seyahat edenlerin talebi düşük ekonomik aktivite nedeniyle azalacaktır. Aynı zamanda eğlence amaçlı seyahat edenlerin talebi de ekonominin durgun olduğu zamanlarda gelirleri ve para harcama eğilimleri azalacağı ve daha temel ihtiyaçlarına kayacağı için azalma gösterir. Diğer taraftan bir ülkede kişi başına düşen GSYİH yükseldiğinde havayolu ile taşınan yolcu sayısının da arttığı görülür. Dolayısıyla havayolu taşımacılığı sektöründe yolcu talebini, uçuş trafiğini, istihdamı, kârlılığı ve büyümeyi önemli ölçüde etkileyen unsurlardan biri toplam üretim yani GSYİH'dir (Morrell, 2021, s. 5). Şekil 1.4'te dünyada GSYİH artış oranıyla havayolu taşımacılığı sektöründeki ücretli yolcu kilometre (RPK) artış oranı arasındaki ilişki gösterilmektedir.



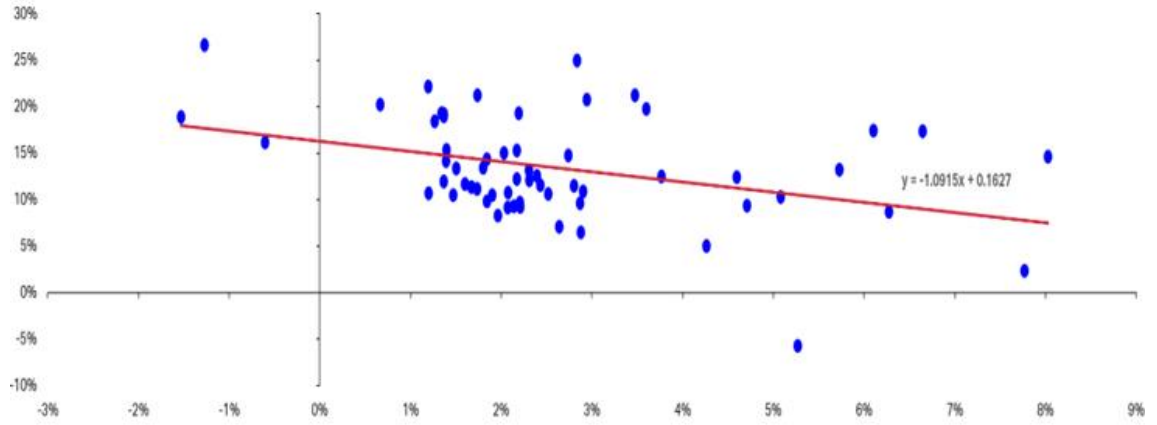
Şekil 1.4 2000-2020 yılları arasında dünyada RPK büyüme oranı ve dünya GSYİH büyüme oranı ilişkisi (IATA, 2021)

Makroekonomi ile ilgili bir diğer konu ise **enflasyondur**. Bir ekonomide, zaman içinde mal ve hizmet fiyatlarında meydana gelen artışa enflasyon denir. Enflasyonu ölçmek için çeşitli endeksler kullanılır. Genel bir tüketicinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerden oluşturulan bir alışveriş listesinin zaman içindeki fiyat değişimiyle elde edilen Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) bu endekslerden biridir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 31). Enflasyondaki artış havayolu taşımacılığının maliyetlerini artıracaktır. Bu durum havayolu işletmelerinin kârlılığının düşme eğilimine girmesi yani havayolu taşımacılığının olumsuz etkilenmesi anlamına gelir. Kârlılığını korumak için, artan enflasyon ve maliyetle birlikte havayolu işletmeleri verdikleri hizmetin ücretini de artırmak durumunda kalabilirler. Bu ücret artışı da paranın alım gücünün azaldığı enflasyonist ekonomide talebi olumsuz etkileyebilmektedir (Wensveen, 2015, s. 31).

IATA (2022b), Çin Halk Cumhuriyeti ile ilgili yayınladığı raporunda enflasyonun havayolu taşımacılığı üzerindeki olumsuz etkisine vurgu yapmıştır. Şekil 1.2, 2005-2019 yılları arasında Çin Halk Cumhuriyeti'nde Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) ve iç hatlarda Ücretli Yolcu Kilometre (RPK) değişimini 3 aylık dilimler halinde göstermektedir. 2005 öncesi dönem SARS salgını etkisinde, 2019 sonrası dönem Covid-19 salgını etkisinde olduğu için dâhil edilmemiştir. Şekilde 1.5'te görüldüğü üzere enflasyonun arttığı zamanlarda RPK seviyesi olumsuz etkilenmiş, düşüş zamanlarında ise RPK seviyesinde artış gözlenmiştir. Bu negatif korelasyon Şekil 1.6'da gösterilmektedir.



Şekil 1.5 2005-2019 yılları arası Çin Halk Cumhuriyeti'nde TÜFE ve iç hatlar RPK değişimi (IATA, 2022b)



  kil 1.6 2005-2019 yılları arası   in Halk Cumhuriyeti'nde T  FE ve RPK değişimi arasındaki negatif korelasyon (IATA, 2022b)

Enflasyon, belirli bir miktar paranın zaman içinde alım gücünü ya da değer karşılığını kaybetmesine neden olur. Bu durumun yaratacağı olumsuz etkilerin giderilmesi ya da azaltılması için para politikası yapıcılar faiz oranlarını belirli aralıklarla düzenlerler. En basit haliyle bir örnekle somutlaştırmak gerekirse; yıllık enflasyonun %8 olduğu bir ekonomide 1 yıl boyunca %10 nominal faizle (sayısal olarak belirlenen faiz) bankada duracak bir para olsun. 1 yıllık dönemin sonunda gerçek faiz oranı; nominal faiz oranından enflasyonun getirdiği değer kaybının çıkarılmasıyla elde edilen %2'dir. Enflasyonun %8'den %16'ya yükseleceği öngörülen bir ekonomide nominal faiz oranının değiştirilmediği durumda bir yıl sonunda %10 faiz oranının anapara üzerindeki etkisi enflasyonun getirdiği değer kaybının altında kalır ve faize rağmen paranın alım gücü azalmış olur. Enflasyonun getirdiği bu olumsuz durumla mücadele için para politikası kurumları nominal faiz oranlarını beklenen enflasyon oranlarına uyarlarlar. Bu duruma ekonomide Fisher etkisi denmektedir. Konudaki ilk çalışmalara sahip ekonomist Irving Fisher'den ismini almıştır (Mankiw, 2012, s. 359).

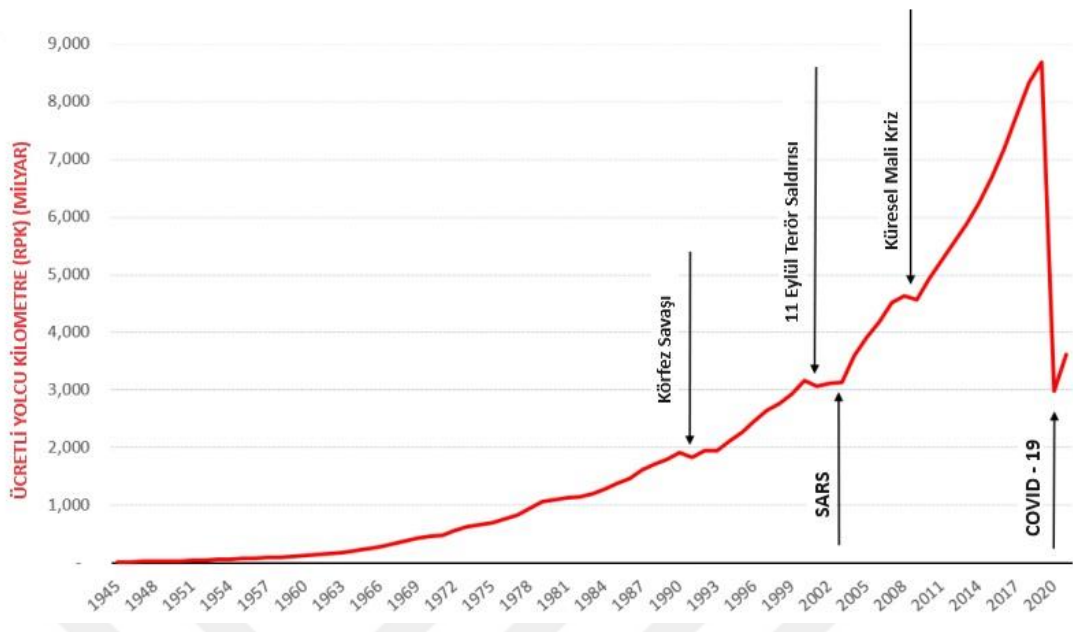
Faiz oranları, makroekonominin anlaşılması önemli olan değişkenleridir.    nk  faiz oranları günümüzde alınan, geleceğe yönelik yatırım veya tasarruf kararlarını etkiler ya da etkilemelidir. Faiz oranlarının yükselmesi, paranın borçlanma maliyetinin artması anlamına gelir. Krediye ulaşmanın zor olduğu ekonomilerde girişimler ve harcamalar azalacağı için ekonomik aktivite azalmış olur. Havayolu işletmelerinin ve girişimcilerinin de borçlanma maliyetleri yüksek olacağından yüksek finansman gerektiren varlıklar olan uçakların finansmanının sağlanması zorlaşır. Borçlanma maliyetlerinin yüksek olması

fiyatları etkileyebilir. Bu gibi durumların sonucunda havayolu taşımacılığı arzı ve talebi, doğal olarak havayolu taşımacılığı trafiği azalabilmektedir. Dolayısıyla faiz artışlarının havayolu taşımacılığının büyümesine olumsuz etkisi olması beklenir (Wensveen, 2015, s. 31).

Diğer makroekonomik unsurlar olarak ülkenin **para biriminin değeri** ve bununla ilişkili bir konu olan **dış ticaret dengesinden** bahsedilebilir. Dış ticaret dengesi belirli bir dönemde bir ülkenin ithalat ve ihracatının değer farkıdır. İthalat, ülkenin parasının yurtdışından alınan ürün için dövizle çevrilmesini gerektirir. Bu nedenle ithalatın ihracattan fazla olması yani dış ticaret açığı olması durumunda dövizle olan talep ülke parasına olan talepten fazla olacağı için ülkenin para biriminin döviz karşısında değerinin düşmesine yol açar. Havayolu taşımacılığı uluslararası bir sektör olduğu için döviz kuru değişimlerinden etkilenir. Bu etki havayolu işletmesinin gelirlerinin ve giderlerinin ağırlıklı olarak hangi para birimi cinsinden olduğuna göre değişmektedir. Bir ülkenin para biriminin değer kaybetmesi durumunda eğer ülkenin havayolunun yurt dışı pazarı fazlaysa dolayısıyla gelirlerinin çoğunluğu döviz cinsindense ve döviz cinsinden giderleri oransal olarak gelirlerinin döviz oranına göre daha azsa havayolu işletmesinin kârlılığı yükselecektir. Ancak havayolu işletmesinin uçuşları çoğunlukla yurtiçi uçuşlarsa buna karşın yakıt gibi giderleri yurtdışından dövizle temin ediliyorsa ülke parasının değer kaybetmesi durumunda kârlılığı olumsuz etkilenir (Morrell, 2021, s. 219-226).

1.7. Krizlerin Havayolu Taşımacılığı Sektörü Üzerindeki Etkisi

Havayolu taşımacılığı sektörü, başlangıcından beri büyük çerçeveye bakılacak olursa sürekli büyüme eğiliminde olmuştur. Ancak bu uzun vadeli ölçekteki sürekli büyüme istikrarlı ve doğrusal bir büyüme değildir. Küresel ya da bölgesel krizler havayolu taşımacılığının gelişimini önemli ölçüde etkilemekte, sektörün istikrarlı bir şekilde gelişimini bozmaktadır. Şekil 1.7’de havayolu taşımacılığı tarihinde geçmiş yıllardan beri Ücretli Yolcu Kilometre (RPK) verisinin nasıl değiştiği görülmektedir. Şekilde görüldüğü üzere sürekli artmakta olan RPK değeri, kriz zamanlarında ya bir süre artmamış ya da geçici olarak azalmıştır. Özellikle yakın zamanda yaşanan Covid-19 salgınının RPK değeri üzerindeki çarpıcı etkisi dikkat çekmektedir.



Şekil 1.7 1945-2020 yılları arası dünyada yaşanan krizlerin ücretli yolcu kilometre değeri üzerindeki etkileri (IATA, 2022a)

Havayolu taşımacılığı sektörünü etkileyen krizler: Ekonomik krizler, savaşlar veya terörist saldırılar ve salgın hastalıklar olmak üzere 3 temel kategoride incelenebilir (Cook, Mayer ve Doy, 2023). Ekonomik krizler, önceki bölümde belirtilen makroekonomik faktörlerle beraber doğrudan ya da dolaylı olarak havayolu işletmelerinin maliyet ve gelir yapısını bozar. Krizlerin neden olduğu ekonomik durgunluk sonucu düşen GSYİH ve artan enflasyonla beraber havayolu işletmelerinin maliyetleri artar. Aynı zamanda bu dönemlerde artan işsizlikle birlikte kişi başına düşen gelir azalacağı için havayolu taşımacılığına olan talep, taleple ilgili olarak RPK değeri ve havayolu işletmelerinin toplam geliri azalmaktadır. Bunların sonucunda iflaslar gerçekleşebilir. İflasların gerçekleştiği ekonomik ortamda, güvensizliğin oluşması ve enflasyon kaynaklı faiz artışlarının yaşanması dolayısıyla krediye ulaşmak zorlaşır. Havayolu taşımacılığı yüksek sermaye gerektiren bir sektör olduğundan bu durumdan oldukça etkilenmektedir. Şekil 1.7’de 2008 küresel ekonomik krizinin havayolu taşımacılığında RPK değerini azalttığı görülmektedir. Sonraki yıllarda sektör krizin etkilerini atlatarak tekrar büyüme dönemine girmiştir. Gelişmiş ülkeler ile bu ülkelerin sermayesi ve kredi notu güçlü, büyük havayolu işletmeleri krizi diğerlerine göre daha kısa sürede atlatmaktadır (Franke ve John, 2011; Didier, Hevia ve Schmukler, 2012).

Savaşlar ve terörist saldırıları tarafından bakıldığında havayolu taşımacılığının küresel anlamda Körfez Savaşı ve 11 Eylül terörist saldırılarından etkilendiği Şekil 1.7’de görülmektedir. 90’lı yılların başında Körfez Savaşı’nın da etkisiyle yükselen yakıt maliyetleri ve ekonomik durgunluk havayolu taşımacılığı faaliyetlerini ve faaliyetlerin kârlılığını azaltmış sektördeki havayolu işletmelerinin yüksek miktarlarda zarar etmesine ve iflaslara neden olmuştur (Wensveen, 2015, s. 184). Daha sonra toparlanma sürecine girilse de 11 Eylül 2001’de ABD’de 4 yolcu uçağının kaçırılıp ikiz kuleler ve pentagona çarptırılmasıyla gerçekleşen terörist eylem sektöre büyük darbe vurmuştur. Eylemin mağduru olan havayolu işletmelerinin (American Airlines ve United Airlines) yaşadığı doğrudan zararın yanında havayolu taşımacılığına getirilen ek güvenlik önlemlerinin adaptasyonu ve maliyetleri sektörü etkilemiştir. Ayrıca olayın travma boyutu ve havayolu taşımacılığına olan güveni sarsması esas ABD tarafında olsa da genele bakıldığında küresel boyutta talepte azalmaya dolayısıyla RPK değerinde ve havayolu işletmelerinin gelirlerinde düşmeye neden olmuştur (Guzhva ve Pagiavlas, 2004; Ito ve Lee, 2005).

Havayolu taşımacılığı sektörünü etkileyen bir diğer kriz türü salgın hastalıklardır. Havayolu taşımacılığı önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere insanlara uzak mesafeler arasında hızlı bir şekilde yer değiştirme imkânı verir. Dolayısıyla bulaşıcı hastalıkların küresel düzeyde yayılmasına sebep olabilecek karakteristiğe sahip olan havayolu yolcu taşımacılığının salgın durumunda olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmesi anlamlıdır. Son 30 yılda havayolu taşımacılığına etkisi görülen salgın hastalıklar ve başladığı seneler; SARS (2003), Domuz Gribi olarak da bilinen İnfluenza A (H1N1) (2009), Ebola (2014) ve Covid-19 (2019) olarak sıralanabilir. Bu hastalıklardan SARS nispeten Doğu Asya kıtasının kendi içerisinde olan uçuşları ve dünyanın geri kalanından Doğu Asya’ya olan uçuşları önemli ölçüde etkilemiştir. Benzer şekilde Ebola Afrika kıtasındaki uçuşlarda ve Afrika’ya olan uçuşlarda azalmaya sebep olmuştur. Ancak yakın tarihte yaşanan Covid-19 salgını tüm dünyada havayolu taşımacılığını oldukça şiddetli etkilemiştir (Cook, Mayer ve Doy, 2023). Şekil 1.7’de de görüldüğü üzere havayolu taşımacılığı tarihindeki diğer krizlerle karşılaştırıldığında RPK değerinde en şiddetli düşüşe yol açan kriz olmuştur. IATA (2022a) tarafından yayınlanan raporda küresel düzeyde 2020 yılındaki yıllık RPK değerinin, 2019 yılındaki yıllık RPK değerine göre %65,8 düşüş gösterdiği belirtilmektedir.

Covid-19 kaynaklı RPK azalması talebin azalmasının yanında devlet düzenlemeleri sonucu kapasitenin ve pazara erişimin kısıtlanması ya da doğrudan seyahatin özel

durumlar hariç yasaklanmasıyla yani arzın azalmasıyla da ilgilidir. Devletler halk sağlığını korumak, hastalığın yayılmasını önlemek amacıyla seyahati kısıtlayıcı önlemler almak durumunda kalmışlardır (Cook, Mayer ve Doy, 2023). Bu durum havayolu taşımacılığı sektöründe yolcu taşımacılığı yapan havayolu işletmelerini oldukça olumsuz etkilemiştir. Birçok uçak yerde kalmış, uzun süre uçuş yapmamıştır. Gerçekleşen uçuşlar, hastalığın bulaşmasını önlemek için kapasite kısıtlamasıyla dolayısıyla düşük doluluk oranıyla gerçekleşmiş havayolu işletmelerinin gelirlerinde yüksek oranda düşüş görülmüştür (Ng vd., 2022).

İlk vakanın 2019 yılı aralık ayında ortaya çıktığı Covid-19 salgınının havayolu taşımacılığı üzerindeki olumsuz etkisi 2020 yılında görülmeye başlanmıştır. Sonraki yıllarda yavaş yavaş toparlanma eğilimine geçmiş olsa da ICAO (2023) tarafından yayınlanan rapora göre 2022 yılında sektör hala 2019 yılında olduğu halinden geridedir. Tablo 1.1, 2019, yani pandemi öncesi durumla kıyaslandığında, dünya genelinde 2020, 2021 ve 2022 yıllarında sektörün durumunu; havayolları tarafından arz edilen toplam koltuk sayısı, taşınan toplam yolcu sayısı ve havayolu işletmelerinin tarifeli yolculardan elde ettiği toplam faaliyet geliri tutarındaki azalma üzerinden göstermektedir.

Tablo 1.1. 2019 verilerine kıyasla sonraki yıllar için dünya tarifeli yolcu taşımacılığı üzerindeki Covid-19 etkisi (ICAO, 2023)

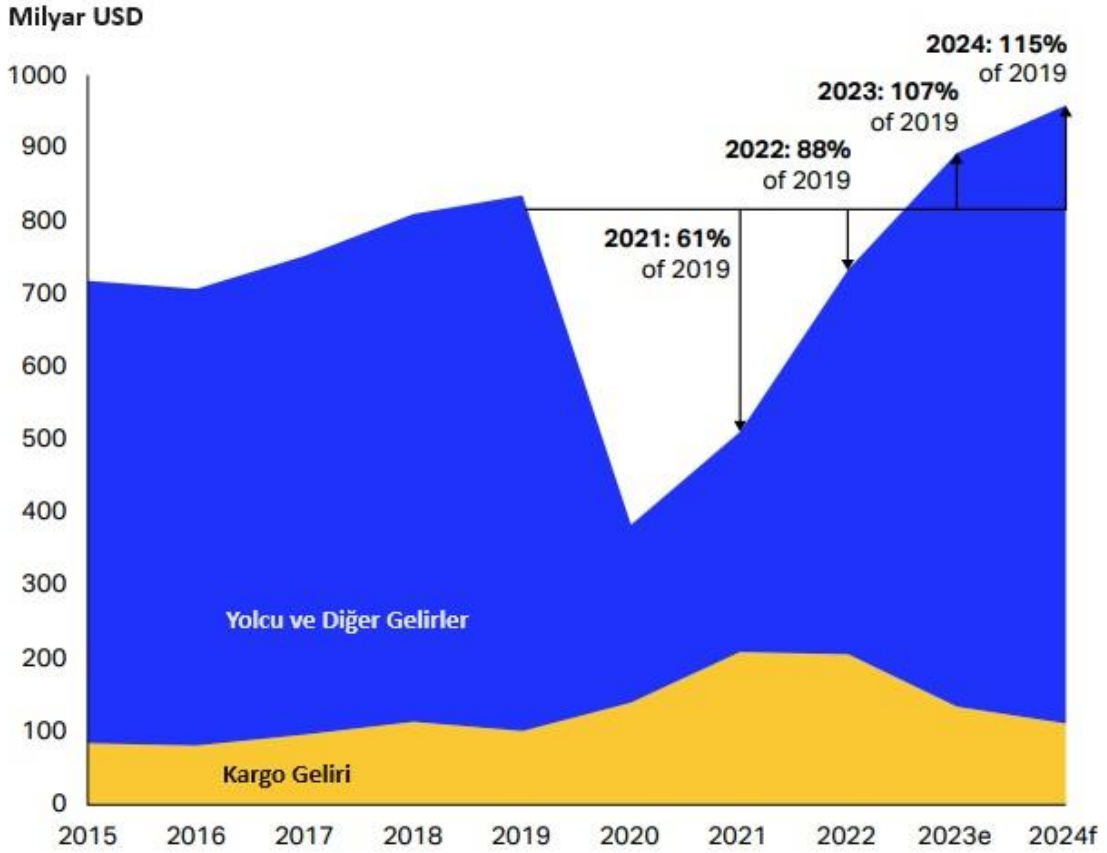
Sene	Arz Edilen Toplam Tarifeli Koltuk Oranı	Taşınan Toplam Tarifeli Yolcu Sayısı (Milyon)	Tarifeli Yolcu Faaliyet Geliri (Milyar USD)
2020	-%50	-2,703 (-%60)	-372
2021	-%40	-2,201 (-%49)	-324
2022	-%25	-1,280 (-%29)	-175

IATA tarafından yayınlanan farklı veriler üzerinden bakıldığında sektörün Covid-19 ile yaşadığı düşüş ve toparlanma süreci Tablo 1.2'deki gibi karşımıza çıkmaktadır. Tablo 1.2, Covid-19 öncesi 2019 yılından 2022 yılına kadar olan toplam havayolu gelirleri (yolcu ve kargodan elde edilen ücretlerin tamamı), Ücretli Yolcu Kilometre (RPK) değeri ve Yolcu Doluluk Oranı (Passenger Load Factor (PLF)) (bkz. Denklem (1.1)) verilerini göstermektedir.

Tablo 1.2 Havayolu taşımacılığında Covid-19 Süreci: 2019-2022 (IATA, 2023b)

Sene	Ücretli Yolcu Kilometre (RPK) (Milyar)	Yolcu Doluluk Oranı (PLF) (%ASK)	Toplam Havayolu Geliri (Milyar USD)
2019	8688	%82,6	876
2020	2974	%65,2	396
2021	3623	%66,9	523
2022	5948	%78,7	759

IATA (2023a) tarafından yılsonu yayınlanan rapora göre 2023 yılı için RPK değeri beklentisi 2019 yılı RPK değerinin %99'una ulaşmıştır. Havayolu geliri açısından bakıldığında ise Şekil 1.8'de de gösterildiği üzere, 2023 yılı toplam gelir beklentisi 2019 yılındaki toplam gelir seviyesinin (2019-2023 arası dolar enflasyonu göz ardı edilirse) %107'sine eşittir. Bu seviyelerin 2024 yılında artacağı ve %115 seviyesinde olacağı IATA tarafından tahmin edilmektedir.



Şekil 1.8 Havayolu taşımacılığı sektörü toplam geliri ve Covid-19 süreci (IATA, 2023a)

Covid-19 etkisiyle birlikte 2020 yılında büyük darbe alan havayolu taşımacılığı sektörü sonraki yıllarda yavaş yavaş toparlanma eğilimine girmiştir. Ancak sektör pandemi öncesi durumuna ulaşsa da özellikle 2020-2021 yıllarındaki durum havayolu işletmelerinin finansal açıdan zorlanmasına, zarar görmesine ve iflaslara neden olmuştur. LATAM, Avianca, Aeromexico, South African Airways, Virgin Australia ve daha birçok havayolu 2020 yılında, pandeminin 1 yılı dolmadan iflas başvurusunda bulunmuştur (Czerny vd., 2021). Havayolu işletmelerinin bu süreçte devamlılığını sürdürebilmesi; öncelikle finansal açıdan güçlü olması, kolaylıkla nakde çevrilebilecek yani likit finansal varlıklarının fazla olması; uçuş sıklığı, kapasite, uçak seçimi, rota planlaması vb. konularda operasyonel esnekliğe sahip olup doğru kararlar alması; müşteri memnuniyetini düşürmemesi gibi faktörlerle ilişkilidir (Kiraci, Tanriverdi ve Akan, 2023).

İKİNCİ BÖLÜM

2. HAVAYOLU TAŞIMACILIĞINDA REKABET, YOĞUNLAŞMA VE PİYASA YAPISI

2.1. Rekabet ve Yoğunlaşma Kavramları

Rekabet basitçe, bir alanda faaliyet gösteren iki veya daha fazla tarafın çeşitli amaçlar uğruna mücadelesidir. Rekabet kıtlığın olduğu durumlarda görülür. Herkesin aynı anda en fazla faydayı sağlayamayacağı durumda birimlerin kendince en fazla faydayı sağlaması uğraşdır. Yarış gerekliliği, fayda ya da fayda olarak görülen amaç sınırlı olduğu için bir tarafın ortalama faydadan fazla fayda sağlaması diğer tarafın ortalamadan az fayda sağlamasına neden olması sebebiyle ortaya çıkar. Dolayısıyla iktisadın bilinen en temel tanımının, sınırsız ihtiyaçların kıt kaynaklarla karşılanması bilimi olduğu düşünüldüğünde rekabet iktisadi bir kavram özelliği taşır. Rekabet, iktisadi faaliyetlerin etkin bir şekilde sürdürülebilmesi için gerekli bir unsurdur.

Rekabet hukuku rekabeti, mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış olarak tanımlar (4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, 1994; Rekabet Kurumu, 2019). Avrupa Komisyonu'nun tanımına göre rekabet; bir pazarda mal veya hizmeti sunan tarafların kâr, satış ve pazar payı gibi belirli iş hedeflerine ulaşmak amacıyla alıcıların himayesi için çabaladığı durumdur (European Commission, 2002, s. 10). Birden fazla satıcı tarafın olduğu bir pazarda alıcıların karar verici konumunda olması dolayısıyla, mal veya hizmeti sunan taraflar alıcıların tercihi olmak için onlara çeşitli faydalar sağlayarak rekabet avantajı elde etmek durumundadırlar. Pazardaki alıcıların toplam faaliyeti bir pasta olarak düşünüldüğünde birden fazla satıcı olması durumunda bu pastanın tüm satıcılar arasında paylaşılması gerekir. Satıcı taraf olan işletmeler, bu pastadan mümkün olduğunca büyük pay almak, bununla beraber pay alma ve payı büyütme işini sürdürülebilir hale getirmeye çabalarlar.

Bir pazardaki rekabetçiliğin durumunu yani pazarın yapısını belirlemek için birçok faktör dikkate alınmalıdır. Bu faktörlerden biri az sayıda firmanın pazara hâkim olma derecesidir. Az sayıdaki firmanın pazarda hâkimiyet sağlaması ya da pazarda fazla paya sahip olması bizi pazar yoğunlaşması kavramına götürür (Parkin, 2012, s. 238).

Pazar yoğunluğu kavramı, bir pazarda faaliyet gösteren işletmelerin sahip olduğu pazar paylarının büyüklüğü ve dağılımıyla ilgilidir. Yoğunlaşma, pazardaki az sayıdaki işletmenin toplam satışlar, varlıklar ya da istihdam gibi ekonomik faaliyetlerin büyük bir

bölümünü ne ölçüde karşıladığını ifade eder (OECD, 1993; OECD, 2018). Yoğunlaşmanın fazla olduğu pazarlarda pazar paylarının büyük bir bölümünü bir ya da birkaç işletme elinde bulundurmaktadır. Pazara hâkim tek bir işletme olması durumunda yani tekelin bulunduğu sektörlerde yoğunlaşma en yüksek değerindedir. Pazardaki işletmelerin sayısının fazla ve pazar paylarının bu işletmeler arasında nispeten dengeli dağılması yoğunlaşma oranının düşük çıkacağı anlamına gelir.

Bir sektördeki veya piyasadaki yoğunlaşma durumunun ölçülmesi için çeşitli ve çokça ekonometrik ölçüt geliştirilmiştir. Bu ekonometrik ölçütlerin bazıları; en sık kullanılanları n-Firma Yoğunlaşma Oranı (CRn) ve Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) olmak üzere, Entropi İndeksi, Bain İndeksi, Linda İndeksi, Hall - Tideman İndeksi, Tobin'in Q Rasyosudur (Polat, 2007). Çalışmada, en sık kullanılan iki endeks olan n-Firma Yoğunlaşma Oranı (CRn) ve Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) yoğunlaşma ölçümünde kullanılmıştır ve detayları yöntem bölümünde yer almaktadır.

2.2. İktisat Okullarının Yoğunlaşma, Rekabet ve Kârlılık İlişkisine Yaklaşımları

İktisatta yoğunlaşma, rekabet ve kârlılık ilişkisi üzerine 2 yaklaşım ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşımların biri Chicago Okulu tarafından geliştirilen Üstün Etkinlik Hipotezi diğeri ise Harvard Okulu tarafından geliştirilen Yapı-Davranış-Performans Paradigmasıdır.

Chicago Okulunun Üstün Etkinlik Hipotezine göre bir endüstride doğru stratejiler izleyip doğru kararlar alan, kaynaklarını doğru kullanan, yapılması gerekenleri doğru yapan yani etkin olan işletmeler rekabet avantajı elde ederek talebi kendilerine çekerler ve pazar paylarını artırırılar. Etkin olmayanlar ise pazardan çıkacağı ya da paylarını kaybedeceği için pazar yoğunlaşması artar. Bu durumda etkin işletmeler etkinliklerinin ve büyüklüklerinin avantajıyla pazara hâkim konuma gelebilir, yüksek kârlar elde edebilirler (Barca ve Esen, 2010).

Harvard Okulunun Yapı-Davranış-Performans paradigması ise piyasa yapısından piyasa performansına doğru bir ilişkiye dikkat çekmektedir. Piyasa yapısını bir pazarın yoğunlaşma durumu, ürünlerin farklılık derecesi ve pazara giriş koşulları belirler. Davranıştan kastedilen ise işletmelerin fiyatlandırma, üretim, pazarlama gibi konulardaki stratejileri, rekabetçi ya da rekabetçi olmayan hareketleridir. Buradaki performans, pazar ya da endüstrinin performansıdır. Yüksek performans; rekabetin işlediği, tüketici faydasının üstün tutulduğu performans seviyesidir. Performansın ölçümünde genellikle

kârlılık durumunun ele alındığı görülmektedir (Yolaç, 2004; Esen, 2006). Çünkü bir piyasada satılan malların maliyetiyle fiyatları arasındaki fark yükseldikçe yani kârlılık arttıkça tüketici faydası azalacaktır. Tüketiciler daha düşük ücrete alabilmeleri gereken mal veya hizmete yüksek fiyatlar ödeyeceklerdir. Dolayısıyla tüketicilerden işletmeye kayan bu maddi değer kaynak dağılımı dengesizliği oluşturur.

Yapı-Davranış-Performans paradigmasına göre bir piyasada yoğunlaşma arttıkça hâkim firma monopol gücü elde eder ve büyüklük avantajlarıyla piyasaya giriş engelleri oluşturabilir. Böylece firma davranışları bu duruma göre şekillenir. Hâkim firmanın rekabet kaygısı azalır, etkinliği düşer ve firma yüksek fiyatlar uygulayarak kârlılığını artırabilir. Ayrıca yoğunlaşan pazarda az sayıda işletmenin olması durumunda bu işletmeler birleşebilir ya da gizli fiyat anlaşmaları yapabilir ve fiyat rekabetinden kaçınarak yine yüksek kârlar elde edebilirler. Bunun sonucunda piyasa kârlılığı artmış tüketici faydası ise azalmış olur (Weiss, 1979).

Yoğunlaşma ve kârlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk ampirik araştırma Joe Bain tarafından 1951 yılında yapılmıştır (Yolaç, 2004). Bain (1951), ABD’de 42 endüstriyi n-Firma Yoğunlaşma Oranı ile analiz ettiği çalışmada, endüstrileri 8 firmanın yoğunlaşma oranı %70’in üstünde ve altında olarak ikiye ayırmıştır. Araştırmada yoğunlaşma oranı yüksek olan endüstrilerin ortalama kâr oranı %11,8 iken yoğunlaşma oranı düşük olan endüstrilerin ortalama kâr oranı %7,5 olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla çalışmaya göre yoğunlaşmış endüstrilerin kârlılığı daha yüksektir. Daha sonra 1956’da yaptığı çalışmada Bain, piyasaya giriş engellerini de değerlendirerek 20 endüstriyi analiz etmiştir. Giriş engellerini yüksek, orta, düşük diye kategorilere ayırdığı çalışmada, giriş engellerinin yüksek olduğu endüstrilerde kârlılığın yüksek olduğunu bulmuştur. Bain’den sonra o dönemlerde yapı-davranış-performans ilişkisi üzerine benzer sonuçlara ulaşan çokça çalışma gerçekleştirilmiştir (Yolaç, 2004).

Chicago Okulunun temsilcilerinin bir kısmı yaptığı araştırmalarda yoğunlaşma ve kârlılık arasındaki ilişkiyi güçlü bulmazken bir kısmı Harvard Okulu temsilcilerinin ampirik çalışmalarında ortaya koyduğu yoğunlaşma ve kârlılık oranları arasındaki olumlu ilişkiyi inkâr etmez ancak bu kârlılık durumunun gizli anlaşmalar gibi rekabetçi olmayan davranışlardan ziyade işletmenin etkinliğinin yüksek olmasından kaynaklandığını savunur (Barca ve Esen, 2010). Ayrıca etkinlik hipotezinin öncüsü Demsetz, devlet ya da otorite düzenlemeleriyle pazara giriş engeli yaratılmadığı sürece pazara girme ihtimali olan işletmelerin potansiyel rekabet tehdidi bir işletmenin monopol olsa bile etkinliğini

yüksek tutmaya devam edeceğini, rekabetçi fiyatlandırma ve üretimden vazgeçmeyeceğini belirtmektedir (Yolaç, 2004).

Chicago Okulu ve Harvard Okulu pazara giriş engellerini de farklı tanımlamaktadırlar. Harvard Okulu yaklaşımının öncülerinden Joe Bain, pazara giriş engellerini, pazara yeni girecek işletmelerin pazarda hâlihazırda bulunan işletmelere kıyasla dezavantajlı olmasına yol açan unsurlar olarak tanımlar. Buna karşın Chicago Okulu temsilcilerinden Stigler’a göre giriş engelleri, pazara yeni girecek işletmenin katlanmak zorunda olduğu fakat pazarda faaliyet gösteren mevcut işletmelerin katlanmak zorunda olmadığı maliyetlerdir. Tanımlara bakıldığında Harvard Okulu pazardaki işletmeye, yeni girecek işletmeye kıyasla daha yüksek kâr avantajı veren ölçek ekonomileri, pazara giriş ücretleri, yüksek sermaye gereksinimi gibi faktörleri giriş engeli sayarken, Chicago Okulu mevcut işletmelerin de pazara giriş esnasından yeni girenle aynı şartları yaşamış olması dolayısıyla saymamaktadır. Chicago Okulu giriş engellerinin kapsamını oldukça dar tutmakta çoğunlukla yalnızca ekonomik düzenlemelerin yarattığı engelleri giriş engeli olarak kabul etmektedir (Weiss, 1979; Barca ve Esen, 2010).

Yapı-Davranış-Performans paradigması yoğunlaşmanın ve pazara giren işletmelere dezavantaj oluşturan durumların pazardaki rekabetçi yapıyı azaltacağını savunmaktadır. Bu koşullarda işletmelerin rekabet kaygısı ve etkinlik çabası yerini yüksek kâr amacına bırakmaktadır. Yüksek kâr amacıyla yapılan, etkin ve rekabetçi olmayan davranışlar firmanın fayda sağlamasına yol açarken tüketicinin zarar görmesine neden olur. Chicago Okulunun bu paradigmaya yönelik eleştirilerine rağmen Yapı-Davranış-Performans yaklaşımı piyasaların düzenlenmesiyle ilgili klasik iktisadi görüştür ve devletlerin rekabet politikalarında önemli bir yeri vardır. Günümüzde hala piyasanın rekabetçi durumunu belirlemek için yoğunlaşma ölçümlerinden faydalanılmaktadır.

2.3. Piyasa (Pazar) Yapıları

Piyasa ya da diğer bir deyişle pazar (İngilizcede “market”), belirli bir mal veya hizmetin alıcı ve satıcılarının bir araya geldiği ortamdır. Alıcı tarafı mal veya hizmetin talebini oluştururken satıcı tarafı arzını oluşturur (Mankiw, 2012, s. 66).

Piyasalar birbirlerine göre farklılık gösterirler. Bazı piyasalarda rekabet çok, kârlılık azken; bazı piyasalar rekabetten uzaktır ve bu piyasadaki işletme ya da işletmelerin yüksek kârlara sahip olduğu görülür (Parkin, 2012, s. 237). Piyasa yapıları, bir anlamda piyasaların ne kadar rekabetçi olduğuna göre sınıflandırılmasıdır. Ekonomide

rekabetçi piyasa terimi, çok sayıda alıcı ve çok sayıda satıcının bulunduğu ve her birinin piyasa fiyatı üzerinde ihmal edilebilecek kadar az bir etkiye sahip olduğu bir piyasayı tanımlamak için kullanılır (Mankiw, 2012, s. 66).

Ekonomistler piyasa yapılarını; tam rekabet piyasası, monopol (tekeli) piyasa, monopolcü (tekelci) rekabet piyasası ve oligopol piyasa olmak üzere 4 sınıfa ayırmaktadır (Parkin, 2012, s. 237). Tam rekabet piyasası ve monopol piyasa zıt 2 piyasa kutbuyken monopolcü rekabet ve oligopol piyasa bu iki kutup arasındadır. Tam rekabetten monopole gidildikçe yoğunlaşma artar rekabetçi yapı genel anlamda azalır (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 233).

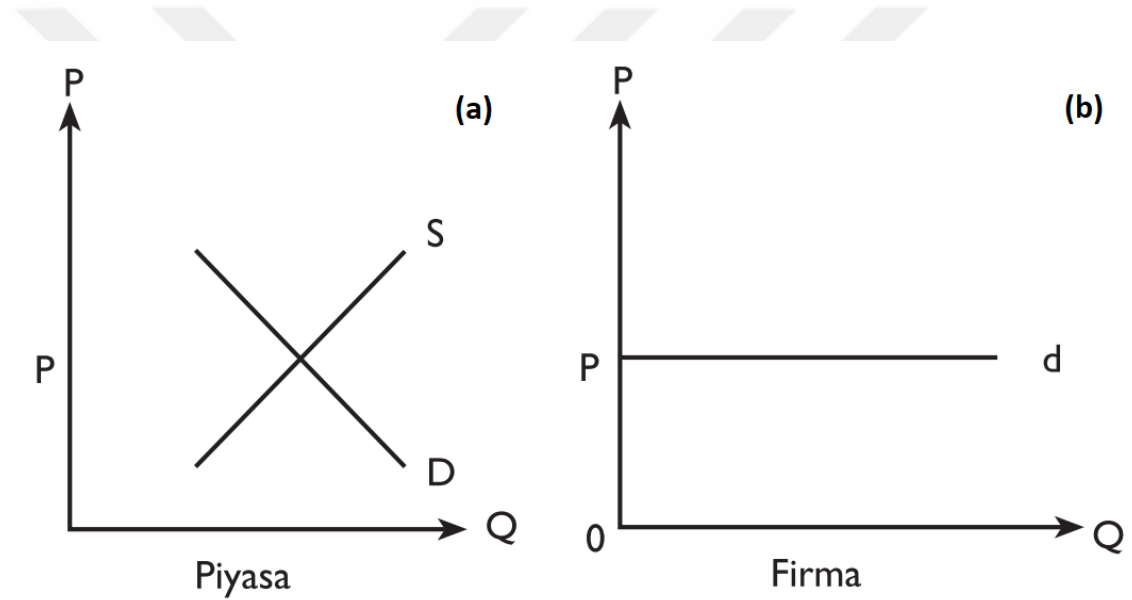
2.3.1. Tam rekabet piyasası

Alıcı ve satıcıların sayısının fazla olduğu, satılan ürünün homojen olduğu, alıcı ve satıcıların ürün hakkındaki tam bilgiye ulaşabildiği ve pazara girişin serbest olduğu piyasalar tam rekabet piyasaları olarak adlandırılır. Gerçek hayatta bu dört özelliğe tam anlamıyla uyan piyasalara pek rastlanmamaktadır. Tarım ürünleri ya da değerli metal piyasaları tam rekabete yakın piyasalara örnek olarak gösterilebilir (Erdoğan, 2018, s. 114).

Alıcı ve satıcıların sayısının fazla olması pazara hâkim, pazar payı diğerlerinden çok yüksek satıcı olmaması anlamına gelir. Dolayısıyla yoğunlaşmanın oldukça düşük olduğu bu piyasalarda fiyatı belirlemede satıcının etkisi yoktur. Fiyat, piyasa tarafından belirlenir ve satıcılar o fiyata uymak zorundadır. Çünkü ikinci özellik olan satılan ürünün homojen yani neredeyse aynı olması dolayısıyla bir satıcı ürününün fiyatını artırdığında talep diğer diğer satıcılara kayacak fiyatını artıran satıcı satış yapamayacaktır. İşte bu durum tam anlamıyla arz talep dengesiyle fiyatlamaya ve ürünlerin pazarda aynı fiyattan satılmasına neden olur (Mankiw, 2018, s. 268). Ürünlerin farklılaştırılamaması ve aynı fiyattan satılması, bunun yanında üçüncü özellik olarak alıcı ve satıcıların bu bilgiye tam ulaşabilir olması bir satıcının diğerine üstünlük sağlamasını ve pazar gücü kavramını ortadan kaldırır.

Şekil 2.1 tam rekabet piyasasında hem firma açısından hem piyasa açısından talep-fiyat ilişkisini göstermektedir. Şekilde P (Price) fiyat, Q (Quantity) miktar, S (Supply) arz, D (Demand) talep, d (demand) firmaya olan talep anlamına gelir. Şekil 2.1 (a)'da görüldüğü gibi tam rekabet piyasasında fiyat, arz-talep dinamikleriyle belirlenir. Piyasada üründen talep edilen miktarla arz edilen miktarın kesiştiği denge noktası fiyata karşılık

gelir. Bu durumda tüm piyasa düşünüldüğünde, ürünün P fiyatının üzerinde satılması durumunda piyasadaki ürüne olan talep azalmaktadır. Diğer açıdan söylenecek olursa, arz edilen miktar değişmediği sürece ürüne olan talebin artması durumunda yeni arz talep dengesi P değerinin üzerinde bir noktada oluşur, yani piyasadaki ürünün fiyatı kısa vadede yükselir. Şekil 2.1 (b)'de ise tüm piyasa yerine firmanın fiyat talep ilişkisi görülmektedir. Bu durumda firma için P fiyatı, piyasa fiyatıyla sabittir. Firmaya olan talep (d), P fiyatı noktasında yatay ve düz bir çizgi şeklinde gösterilir. Dolayısıyla tam rekabet piyasasındaki ürüne olan toplam talep artmadığı sürece firmaya olan talep ne kadar artarsa artsın (talebin bir firmadan başka bir firmaya kayması durumu) fiyat talep artışıyla artmaz ve P fiyatı talep edilen tüm miktar seviyesi için geçerlidir.



Şekil 2.1. Tam rekabet piyasasında firmaya ve piyasaya olan talep (Erdoğan, 2018, s. 115)

Bir piyasanın tam rekabet piyasası olması için satıcıların birbirleri yanında potansiyel satıcılara da üstünlük sağlayamaması gerekir. Bu gereklilik de pazara giriş engellerinin olmaması anlamına gelir. Tam rekabet piyasalarında satıcılar istediği zaman piyasaya girip istediği zaman çıkabilmelidir. Dolayısıyla kârlılık uzun vadede her zaman normal seviyede; iktisatçıların tabiriyle yani fırsat maliyetleri de maliyetler arasında hesaplandığında (ekonomik kârlılık) sıfır olacaktır. Çünkü bir piyasa kârlı olduğunda çekiciliği artacağı için satıcı sayısı ve arz edilen ürün miktarı artar. Bunun sonucunda talep sabit kalırsa arz-talep dengesinin yeniden sağlanabilmesi için fiyatlar, dolayısıyla piyasa kârlılığı düşecektir. İşte bu nedenle tüketici refahının en üst düzeyde olduğu

piyasalar tam rekabet piyasalarıdır. Diğer yandan bir piyasada kârlılık düştüğünde, satış fiyatı yani ortalama gelir ortalama toplam maliyetin altına indiğinde satıcılar piyasadan çıkma eğiliminde olacağı için arz azalır. Azalmayan talep durumunda fiyat, uzun vadede tekrar artarak piyasa dengesi yeniden kurulur (Parkin, 2012, s. 283).

Daha önce de belirtildiği gibi tam rekabet piyasasının dört özelliğine tam anlamıyla sahip piyasalara gerçek hayatta çok sık rastlanmaz. Genellikle bu özelliklerden bazıları piyasalarda eksiktir. Bu eksiklikler piyasaların rekabetçi yapıdan uzak olmasına ve tüketici refahında düşüşe yol açar. Bu piyasalara ekonomide eksik rekabet piyasaları adı verilir. Eksik rekabet piyasaları; monopol, monopolcü rekabet ve oligopol piyasalardır.

2.3.2. Monopol (tek) piyasa

Piyasaların bir uç noktası tam rekabet piyasası olarak düşünülürse diğer uç noktası monopol piyasalardır. Monopol piyasada tam rekabet piyasasının aksine tek bir satıcı bulunur. Dolayısıyla satıcı piyasa dinamikleriyle oluşan fiyatı kabul eden değil doğrudan belirleyen konumundadır. Piyasada yine tam rekabet piyasasının aksine tek firmanın olmasını sağlayan giriş engelleri vardır. Rekabet edecek firma olmamasının yanında aynı zamanda satıcı firmayla rekabet içerisine girebilecek yakın ikame ürün üreticisi de yoktur. Dolayısıyla monopol piyasa, yakın ikamesi olmayan bir ürünün tek bir satıcı tarafından satıldığı piyasa olarak tanımlanır (Yazıcı, 2018, s. 133-134). Piyasadaki tek satıcı olan firma da monopol firma olarak adlandırılır.

Monopolün oluşmasındaki temel neden pazara giriş engelleridir. Pazara girişler çeşitli şekillerde engellendiğinde pazardaki monopol firma tek firma olma konumunu korur. Pazara giriş engelleri 3 temel kaynaktan oluşur (Mankiw, 2018, s. 290). Bu kaynakların ilki hammaddeye ya da satış faaliyetinin gerçekleştirilmesi için gerekli olan unsurun tek bir firmanın himayesinde olmasıdır. Böylece diğer firmalar bu unsura ya da hammaddeye ulaşamayacak ve pazara giremeyecektir. İkinci kaynak devletlerin ekonomik düzenlemeleridir. Teknolojik ya da başka bilimsel bir buluş olması durumunda yeni buluşları ve sürekli ilerlemeyi teşvik etmek için devletler buluşu yapan firmaya bir süre onu satan tek firma olma hakkını verir. Bu hakka patent denmektedir. Ekonomik düzenlemelere başka bir örnek ise demiryolu ulaşımı, elektrik üretimi gibi altyapı ve ilk yatırım gereksinimi yüksek alanlarda toplumun bu hizmete ulaşabilmesi için devletin tek bir işletmeye satış hakkı vermesidir (Yazıcı, 2018, s. 134). Üçüncü neden serbest piyasada

doğal olarak oluşan giriş engelleridir. Bazı ürünlerin üretiminde üretim ölçeği arttıkça maliyetler yüksek oranda azalmaktadır. Bu duruma ölçek ekonomisi adı verilir. Ölçek ekonomisinin fazla görüldüğü pazarlarda bir ürünün üretiminde tek firma olduğu zaman faaliyeti yapmak kârlı iken pazarda birden fazla üretici firma olması durumunda maliyetler yükselir ve kârlılık azalır. Bu durumda pazardaki birden fazla olan firmalar pazardan çıkma eğilimine girer ya da firmalar pazarda hali hazırda tek firma varsa pazara girmek istemezler. Bu durum doğal giriş engellerinin oluşmasına neden olur. Bu şekilde oluşan piyasa yapısına ise doğal monopol (tekel) adı verilir (De Palma ve Monardo, 2019).

Monopol piyasa yapıları, tek firmanın tüm pazar payına sahip olması dolayısıyla yoğunlaşmanın en üst noktada olduğu piyasa yapılarıdır. Monopol firmanın ürününe olan talep doğrudan piyasaya talebine karşılık gelmektedir. Tam rekabet piyasalarında arz-talep dinamikleriyle oluşan fiyat seviyesi, piyasadaki tüm satıcıların ürünü sattığı fiyat seviyesi anlamına gelmekteydi. Piyasadaki ürün, marjinal maliyet seviyesinde fiyattan toplumun en fazla faydayı sağlayacağı etkinlik miktarında üretilip satılabiliyordu. Monopol piyasalarda ise firmanın talep eğrisi piyasa talep eğrisine eşit olduğu için fiyat veya arz seviyesi monopol firma tarafından talebe göre belirlenir. Firmaların temel amacının kârını en üst düzeye çıkarmak olduğu düşünüldüğünde monopol firma piyasanın talep ettiği etkin üretim seviyesinde marjinal maliyet düzeyindeki fiyattan satış yapmak yerine arzını, arz ve talep eğrilerinin kesiştiği denge noktasından daha düşük seviyede tutarak marjinal maliyetin üzerinde fiyattan satış yapabilir. Monopol piyasada talep eğrisi piyasa talep eğrisine eşit ve aşağı yönlü olduğu için marjinal gelir her zaman satış fiyatından azdır ve kârın en yüksek olduğu satış fiyatı marjinal maliyetle marjinal gelirin eşit olduğu seviyedir (Mankiw, 2018, s. 300-303). Monopolde talep değişimi-fiyat değişimi ilişkisine diğer açıdan bakıldığında, tam rekabet piyasalarında kısa vadede bir ürüne olan talep arttığında ürünün fiyatı yükseliyor ve kârlılık artıyordu. Ancak pazara giriş engeli olmadığı için uzun vadede kârlı pazara yeni satıcıların girmesiyle arz da yükselip kârlılığı tekrar eski denge durumuna getiriyordu. Monopol piyasada bir ürüne olan talebin artması sonucu fiyatın yükselmesi ve kârlılığı artırması durumunda pazara giren firma olmayacağı için monopol firma arzını artırmayarak bu kârlı fiyat seviyesini uzun vadede koruyabilmektedir. Dolayısıyla toplum, piyasadaki ürün veya hizmete marjinal maliyetin üzerinde ulaşmak durumunda kalacak fiyat esnekliği diğerlerinden

daha yüksek olan talep ediciler de ulaşamayacaktır. Bu durumda rekabetsizlik toplumsal faydanın azalmasına, refahın düşmesine yol açacaktır.

Monopol firmalar fiyatı talebe göre belirleme gücüne sahip olduğu için imkân olması durumunda fiyat farklılaştırması da yapabilmektedirler. Fiyat farklılaştırması aynı ürünü pazardaki farklı gruplara farklı fiyatlardan satma anlamına gelir. Monopol firmaların, fiyat belirleyici olması dolayısıyla marjinal maliyetin üzerinde bir fiyattan satış yaptıkları belirtilmişti. Bu durumda firma kârlılığı en üst seviyede tutacak fiyattan satış yaptığında, marjinal maliyet seviyesindeki ya da üzerinde olsa da daha az kâr edeceği seviyedeki fiyatı vermeye razı olan talep edicileri kaybeder. Ancak fiyat farklılaştırmasının uygulanmasıyla, farklı gruplara farklı fiyatlar verebildiği takdirde hem yüksek fiyat vermeye razı olan hem de fiyata duyarlı ve daha düşük fiyatı ödeme gücü olan talebi elinde bulundurabilir (Parkin, 2012, s. 309-312). Bu durumun örneğine havayolu işletmelerinde rastlanmaktadır. Aynı uçakta aynı noktaya seyahat eden ve yan yana oturan iki kişi farklı zamanlarda aldıkları biletlere farklı ücretler ödeyebilmektedirler.

2.3.3. Monopolcü (tekelci) rekabet piyasası

Piyasa yapılarının iki ayrı ucunun tam rekabet piyasası ve monopol piyasalardan oluştuğu belirtilmişti. Monopolcü rekabet piyasaları ise bu iki uç noktanın arasında olan ve gerçek yaşamda sıkça karşılaşılan piyasa yapılarıdır. Monopolcü rekabet piyasasında tam rekabet piyasası özelliklerine benzer olarak çok sayıda alıcı ve satıcı bulunur. Bunun yanında benzer şekilde pazara girişlerde yüksek engellere rastlanmamaktadır. Tam rekabet piyasasından temel farkı ise monopolcü rekabet piyasasında satılan ürünlerin homojen değil farklılaştırılmış olmasıdır. Firmaların sattıkları ürünler birbirlerine benzer olabiliyorsa da aynı değillerdir. Her firmanın ürünü farklı olduğu için firmalar kendi ürününün monopolü konumundadır. Dolayısıyla firmalar fiyat alıcı değil fiyat belirleyicidir ve talep eğrisi aşağı yönlüdür. Fakat monopol piyasadan farklı olarak pazarda aynı iş kolundan başka firmalar olduğu için monopolcü rekabet piyasalarında satılan ürünlerin benzeri ya da ikamesi bulunmaktadır. Bu durum tüketiciye seçenek sunduğu için monopolcü rekabet piyasalarında talebin fiyat esnekliği monopol piyasalara kıyasla yüksektir. Bununla birlikte firma, ürününün benzerlerinden üstün ya da ikamesi güç olduğuna tüketiciyi ikna ettikçe tüketici üzerindeki monopol gücü artacak ve talebin fiyat esnekliği azalacaktır (Yazıcı, 2018, s. 141).

Monopolcü rekabet piyasasında firma monopol piyasadaki gibi marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu seviyede üretim yapar ve fiyatı talep eğrisine göre belirler. Dolayısıyla farklılaştırılmış ürününe talebin artışı durumunda ürünün fiyatını artırarak kısa vadede yüksek kârlılık elde edebilir. Ancak monopolden farklı olarak pazara girişler kolay olduğu için yüksek kârlı piyasa yeni giren işletmelere yol açacak, dolayısıyla ikame ürün sayısı yani tüketiciye sunulan seçenek sayısı artacaktır. Bu durum firmanın talebinde azalmaya neden olacak ve yüksek kârlılığı sürdürmesini engelleyecektir. Diğer açıdan bir pazarda satıcı ve arz edilen ürün fazla olduğunda arza nazaran düşük kalan talebi elde etmek için fiyatlar düşecek firmalar kâr edemeyecektir. Bunun sonucunda pazardan çekilen firmalar olacak, tüketiciye sunulan seçenek sayısı azalacaktır. Bu durum fiyatların artmasına kalan firmaların artık zarar etmemesine neden olur ve piyasa tekrar dengeye gelir (Mankiw, 2018, s. 322-324).

Monopolcü rekabet piyasalarında, farklılaştırılmış ürün olması nedeniyle reklam ve tanıtım faaliyetleri yer bulur. Firmalar ürettikleri ürünü tanıtmak, benzer ürünlerden üstünlüklerini göstermek, piyasadaki talebin kendilerine yoğunlaşmasını sağlamak için reklam faaliyetleri gerçekleştirirler. Reklam faaliyetleri firmaya ilave maliyet oluşturacak ancak talebin yükselmesi ve tüketicilerin fiyat esnekliğinin azaltılmasının sağlanması durumunda firma fiyatını artırarak kârlılığını yükseltebilecektir (Tabak Aydın ve Kara, 2021). Tüketici ürünü satın alırken reklam maliyeti de satın alınan fiyatın içerisinde olduğundan bilgiye erişimin kolay, ürünlerin homojen olduğu tam rekabet piyasasının aksine fiyat marjinal maliyetin üzerinde olacaktır.

Sonuç olarak monopolcü rekabet piyasalarında monopol piyasalar gibi fiyat firma tarafından marjinal maliyetin üzerinde olacak şekilde belirlenir. Bu durum sonucunda üretim etkinliği ve tüketici faydası tam rekabet piyasalarındaki kadar yüksek değildir. Diğer yandan pazara girişlerin kolay olması, satılan ürünün ikamesi bulunması dolayısıyla monopol piyasaların aksine tüketicinin seçeneği ve fiyat esnekliği fazladır. Bu nedenle uzun vadede tüketiciye sağlanan fayda monopol piyasalardan daha yüksek seviyede olur.

2.3.4. Oligopol piyasa

Tam rekabet piyasası ve monopol piyasa arasında kalan, gerçek hayatta çok fazla karşılaşılan diğer bir piyasa yapısı oligopol piyasa yapısıdır. Birbirlerini etkileyebilecek kadar az sayıda satıcının bulunduğu ve girişte yüksek engeller barındıran piyasalara

oligopol piyasalar adı verilir. Oligopol piyasalarda az sayıda satıcı olması dolayısıyla yoğunlaşma derecesi yüksektir. Firmalar sattıkları ürünlerin fiyatını belirlerler. Satılan ürünlerin homojen olduğu piyasalar da farklılaştırılmış olduğu piyasalar da oligopol yapıda olabilir. Satılan ürünlerin homojen olduğu çimento, cam, demir-çelik gibi örnekleri olan oligopol piyasalara saf oligopol piyasa adı verilirken, satılan ürünlerin birbirlerine göre farklılaştırıldığı otomobil, bilgisayar, cep telefonu piyasası gibi oligopol piyasalara farklılaştırılmış oligopol adı verilir (Yazıcı, 2018, s. 144).

Oligopol piyasalardaki en belirgin özellik firmaların birbirleriyle bir bağıllık içerisinde olmasıdır. Pazara yeni girişler, pazardan çekilmeler, toplam satıcı sayısı, bir satıcının pazar payını artırması, pazardaki yoğunlaşmanın durumu gibi unsurlar pazardaki firmaların üretim miktarlarının belirlenmesinde, ürettikleri mal veya hizmetin niteliğinin oluşturulmasında ve fiyatlandırma kararlarında rol oynar. Ayrıca pazardaki bir firmanın; üretim miktarı, üretim kapasitesi, ürününün özellikleri, ürününün fiyatı diğer firmaların ekonomik durumunu etkilemektedir. Dolayısıyla firmalar karar ve davranışlarında diğer firmaların karar ve davranışlarını da göz önünde bulundurlar (Colander, 2020, s. 321-322).

Bilindiği üzere tam rekabet piyasalarında fiyat marjinal maliyete eşit ve ekonomik kâr sıfır iken monopol piyasalarda marjinal gelir marjinal maliyete eşit, fiyat marjinal maliyetin üzerinde ve kârlılık mümkün olan en üst seviyede idi (Varian, 2010, s. 440-443). Firmaların temel amacının kârlılığı en üst seviyede tutmak olduğu düşünüldüğünde tam rekabet ve monopol arasında olan oligopol piyasalarda da amacın monopole yaklaşmak olması anlamlıdır. Bunun için pazar payını artırması ve pazardaki diğer oyunculara karşı hâkim konumda olması, onları pazardan çıkmaya zorlaması bir yol olabilir. Diğer yol ise pazardaki az sayıda satıcının aralarında çeşitli iş birlikleriyle monopol gibi hareket edip monopol kârı paylaşmasıdır.

Pazarda az sayıda firmanın kararlarının birbirlerini etkilediği düşünüldüğünde firmaların fayda sağlamak için stratejik karar alması önem arz etmektedir. Modern oligopol teorilerinde oligopol firmaların stratejik kararlarını ekonomistler oyun teorisini kullanarak açıklar. Bir oyunda basitçe 3 temel unsur vardır. Bu unsurlar; oyuncu, strateji ve getiridir. Oyunda, bir oyuncunun karşıdaki oyuncunun hareket ihtimallerine göre en iyi getiriye elde edeceği stratejiye baskın strateji denir. 1950’li yıllarda John Nash tarafından ileri sürülen Nash Dengesi’ne göre bir oyunda denge her oyuncunun stratejik karar olarak kendisine baskın stratejiyi seçmesi ve bunu değiştirmek istememesiyle

sağlanır. Baskın stratejiyi seçmek seçim yapan açısından bakıldığında diğer oyuncuların seçim ihtimalleri göze alındığı için en iyi seçenek olarak görülse de diğer oyuncular da kendi en iyi seçeneklerini seçtiğinde en çok ortak faydayı sağlayan strateji olmayabilir. Bu durumu açıklamak için literatürde mahkûm ikilemi (prisoner's dilemma) kullanılır (Frank vd., 2019, s. 237-242). Mahkûm ikilemine göre polisten kaçan 2 şüpheli banka soygunu şüphesiyle ayrı odalarda sorguya alınır. Şüphelilerden biri, suçu diğer kişinin işlediğini itiraf ederse suçu işleyen mahkûm 20 yıl ceza alacak itiraf eden ise serbest kalacaktır. İki tarafın da birbirinin suçu işlediğini itiraf etmesi durumunda tarafların ikisi de hapse girecek ancak 10'ar yıl ceza alacaktır. Ancak ikisinin de itiraf etmediği durumda polisten kaçtıkları için sadece 1'er yıl ceza alıp çıkacaklardır. Mahkûm ikilemi şekil 2.2'de gösterilmektedir.

		MAHKÛM B	
		İtiraf Eder	Sessiz Kalır
MAHKÛM A	İtiraf Eder	MAHKÛM A = 10 YIL MAHKÛM B = 10 YIL	MAHKÛM A = SERBEST MAHKÛM B = 20 YIL
	Sessiz Kalır	MAHKÛM A = 20 YIL MAHKÛM B = SERBEST	MAHKÛM A = 1 YIL MAHKÛM B = 1 YIL

Şekil 2.2 Mahkûm ikilemi (prisoner's dilemma)

Şekil 2.2'de de görüldüğü üzere mahkûmlar için bireysel bakış açısıyla getiri sağlayacak baskın strateji diğer mahkûmun suç işlediğini itiraf etmektir. Mahkûm A itiraf ederse Mahkûm B'nin itiraf etmemesi durumunda 1 yıl ceza almak yerine serbest kalacaktır. Mahkûm B'nin itiraf etmesi durumunda ise 20 yıl yerine 10 yıl ceza alacaktır. Aynı durum Mahkûm B için de geçerlidir. Bu durumda mahkûmların itiraf edip 10'ar yıl ceza anlamaları beklenen sonuçtur. Bu sonuç mahkûmlar için oyunun dengeye geldiği durum olan Nash Dengesidir. Ancak ikisi için ortak fayda düşünüldüğünde en optimum

faydayı sağlayacak seçenek ise iki mahkûmun da itiraf etmeyip 1'er yıl cezayla bu durumdan kurtulmaları durumudur. İşte bu çelişki mahkûm ikilemi olarak adlandırılır.

Mahkûm ikilemi oligopol piyasadaki işletmeler üzerinden değerlendirilebilir. İşletmeler kendi kârlarını en üst seviyede tutma amacıyla kendi stratejilerini belirlediklerinde ve çıktılarını buna göre oluşturdıklarında piyasada rekabet oluşacak, kârlılık azalacaktır. Bu durumda piyasa (piyasalar bir ucu tam rekabet bir ucu monopol olan bir düzlem olarak düşünüldüğünde) nispeten tam rekabet piyasasına doğru kaymış bir noktada dengeye gelecektir. Diğer yandan işletmeler bireysel olarak en çok faydayı sağlayan strateji yerine tüm işletmeler için en çok ortak faydayı sağlayan stratejiyi benimsemeleri ya da aralarında iş birliği yapmaları durumunda beraberce monopol gibi hareket ederek arzlarını ya da fiyatlarını birlikte belirleyecekler ve en üst seviye kârlılığa ulaşip monopol kârı paylaşacaklardır. Aralarında bir iş birliği olmasa da oligopol piyasalarda işletmeler fiyat belirleme hususunda genelde ortak hareket etme eğiliminde olurlar. Aksi takdirde fiyat rekabeti oluşabilecektir ve işletmeler uzun vadede bu durumdan zarar görecektir. Piyasadaki firma sayısı arttıkça ve piyasa yoğunluğu azaldıkça işletmelerin iş birliği yapması, ortak hareket etmesi ve rekabeti azaltmaları zorlaşmaktadır (Mankiw, 2018, s. 338-345; Colander, 2020, s. 322-326).

Aynı ticari faaliyeti yapan işletmelerin hukuki ve ekonomik bağımsızlığını kaybetmeden iş birliği yaparak monopol gibi hareket etmelerine kartel adı verilir. Gerçek hayatta en bilindik kartellerden birisi OPEC'tir (Organization of Petroleum Exporting Countries-Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü). OPEC petrol ihraç eden ülkelerin bir araya gelerek çıktığı kararlarının, kârlarını en üst seviyede tutacak şekilde belirleyip üye ülkelerin buna uyacaklarına dair anlaşma yaptığı bir örgüttür. İşletmeler birleşme yoluyla da piyasadaki yoğunlaşmayı artırarak monopolcü güç elde edebilmektedir. İşletmelerin hukuki ve ekonomik bağımsızlığını kaybederek birleşmesine ise tröst adı verilmektedir (Yazıcı, 2018, s. 149-150).

Daha önce de bahsedildiği gibi firmaların monopolcü güç elde ederek kârlarını artırması ekonomik açıdan tüketici refahını olumsuz etkilemektedir. Her ne kadar bazı görüşler, firmaların yüksek kârları teknolojik ilerlemeler ve araştırma-geliştirme faaliyetlerine kullanması sonucu toplumsal refahın artacağına işaret etse de (Yazıcı, 2018, s. 151) genel anlamda piyasaların rekabetçi olması toplumsal fayda için istenen bir durumdur. Bu nedenle politika yapıcılar, rekabet kanunlarıyla rekabeti düzenlemektedirler. Ülkeler, kartellerin oluşumunu önleme eğiliminde olabilmekte, iş

birliklerini kontrol etmekte, gizli anlaşmaları ve fiyat belirleme faaliyetlerini cezalandırabilmekte, rekabet azaltıcı ve monopol güç elde edici birleşmeleri antitröst kanunlarıyla kabul etmeyebilmektedirler (Mankiw, 2018, s. 349-352).

2.4. Havayolu Pazarı ve Pazar Yapısı

Pazar kavramı, bir ürünü talep edenlerle arz edenlerin bir araya geldiği yer olarak önceki bölümlerde tanımlanmıştı. Havayolu pazarı ise herhangi iki nokta arasında havayolu taşımacılığını talep edenlerle havayolu taşımacılığı hizmeti veren havayolu işletmelerinin bir araya geldiği yer olarak tanımlanabilir (ICAO, 2016, s. 4.1).

Havayolu pazarları, aralarındaki coğrafi ortak yönler göre çeşitli açılardan ele alınabilmektedir. İki şehir arasındaki ticari havayolu taşımacılığı faaliyetleri açısından bakıldığında şehir-çifti pazarından bahsedilir. İstanbul-Londra pazarı şehir-çifti pazarına örnek olarak verilebilir. Bazı büyük şehirlerde birden fazla havaalanı olabilir. Buradaki pazar kavramını daha özele indirgemek için iki havaalanı arasındaki faaliyetleri işaret eden havaalanı-çifti pazarları ele alınabilir: İstanbul Sabiha Gökçen Havaalanı-Londra Stansted Havaalanı pazarı ya da İstanbul Havaalanı-Londra Heathrow Havaalanı pazarı örneklerinde olduğu gibi. İki ülke arası havaalanı-çifti ya da şehir-çifti pazarlarının tümünün bileşiminden oluşan Türkiye-İngiltere pazarı gibi ülke-çifti pazarından da söz edilebilir (Gerede, 2015a, s. 15). Daha da kapsamlı olarak belirli büyük bir bölgedeki ya da kıtadaki birden fazla ülkeden veya şehirlerden başka belirli büyük bir bölgeye ya da kıtaya olan tüm uçuşları kapsayan pazarlar da bulunmaktadır. Kuzey Amerika ve Avrupa arasındaki uçuşları kapsayan Kuzey Atlantik pazarı bu tür bir pazara örnektir (ICAO, 2016, s. 4.1).

Belirtilen karşılıklı pazarların yanında belirli sınırlar içerisindeki çok sayıda şehir-çifti ya da havaalanı-çifti pazarlarını kapsayan pazarlardan da söz edilmektedir. Avrupa'daki uçuşları kapsayan Avrupa pazarı Latin Amerika'daki uçuşları kapsayan Latin Amerika pazarı bu pazarlara örnek olabilir (Yaşar ve Gerede, 2018). Belirli sınırlar içerisindeki çok sayıda şehir-çifti ya da havaalanı-çifti pazarlarını kapsayan pazarlara bir ülkenin sınırları içindeki uçuşları kapsayan iç hatlar pazarı da örnek olarak verilebilir: Türkiye iç hatlar havayolu pazarı gibi. Diğer yandan ortak özelliği bir ülkeden başlaması olan ve ülke dışındaki havaalanlarına gerçekleştirilen uçuşları konu alan bir ülkenin dış hatlar pazarı da bir diğer pazar türünü ifade eder (Gerede, 2015a, s. 18).

Havayolu pazarlarına pazar yapıları açısından bakıldığında tarihte öncesi ve sonrası farklı olan milat niteliğinde bir gelişme dikkat çekmektedir. Bu gelişme devletlerin havayolu pazarlarını sıkı düzenlenen pazarlar olmaktan çıkarıp daha serbest pazarlar haline getiren serbestleşme hareketidir. Serbestleşme evresi öncesinde havayolu pazarları kapasitenin, fiyatın ve en önemlisi pazara girişlerin devletlerce kontrol altında tutulduğu dolayısıyla rekabetin olmadığı pazarlardı. Devletler; istikrarlı havayolu hizmeti sağlamak, rekabetin meydana getirebileceği kaynak israfını önlemek ve bayrak taşıyıcı havayolu işletmelerini rekabetten korumak gibi ileriki bölümlerde daha detaylı değinilecek nedenlerle pazarları uzun yıllar rekabetten uzak tutmuşlardır. Birçok pazarda ülkeler, bayrak taşıyıcı havayolu işletmelerinin monopol olmasını sağlamışlardır. Daha sonra ABD’de başlayan serbestleşme hareketiyle bu sıkı düzenlemeler kaldırılmış, pazarlara fazla sayıda işletme giriş yapmış, maliyet liderliği stratejisini benimseyen iş modelleri ortaya çıkmış, pazar yoğunlaşması eskiye göre azalmış ve havayolu pazarı daha rekabetçi bir yapıya gelmiştir (Gillen, 2018, s. 96).

Serbestleşme sonrası ilk aşamalarda havayolu pazarlarına giren işletmelerin sayısı oldukça fazla olmuş, yeni pazarlar oluşturulmuş, düşük maliyetli taşıyıcılar ortaya çıkmış, bilet fiyatları azalmış ve sektördeki rekabet yüksek seviyelere, yoğunlaşma düşük seviyelere ulaşmıştır. Ancak pazara giren havayolu işletmelerinin hepsinin ömrü uzun olmamıştır. Özellikle düşük maliyetli havayolu işletmelerinin pazar rekabetçiliği ve sektör kârlılığı üzerine etkileri, rekabet edemeyen havayolu işletmelerini iflasa götürmüştür. Diğer yandan artan rekabetçi yapı zamanla havayolu işletmeleri arasındaki iş birliklerini ve birleştirmeleri artırmıştır. Sektörde serbestleşmenin ilk aşamalarına nazaran yoğunlaşma artma eğilimine girmiştir. Ancak bu sefer yoğunlaşmaya devlet kontrollerinden ziyade nispeten serbest piyasanın getirdiği rekabetçi dinamikler ve havayolu işletmelerinin iflasları, rekabetten daha az zarar görmek için rekabetçi pazarlardan kaçınmaları, birbirleriyle iş birlikleri yapmaları ya da direkt birleşmeleri neden olmuştur (Gillen, 2018, s. 103; Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 9-17).

Günümüzde tüm dünyadaki havayolu işletmeleri dikkate alındığında çok sayıda işletme olduğu görülür. Bu durum ilk aşamada havayolu taşımacılığının oldukça rekabetçi olduğu izlenimini verebilir. Nitekim pazar tanımına bakıldığında dünyadaki bu yüzlerce işletmenin hepsinin aynı pazarlarda bulunma ihtimalinin olmadığı dolayısıyla rakip olmadıkları açıktır. Örneğin ülke-çifti pazarına, ülkelerin ikili hava taşımacılığı (İHT) anlaşmaları gereği sadece taraf ülkelerin havayolu işletmeleri erişebilir. Bu nedenle

belirtilen ülke-çifti pazarlarında rakipler o ülkelerin havayolu işletmeleriyle sınırlıdır. Diğer yandan bir ülkenin iç hatlar pazarında, kabotaj hakkı nedeniyle sadece o ülkenin işletmeleri taşımacılık hizmeti veriyor olabilir. Bir diğer örnek, pazara erişimi düzenlemelerle serbest olsa da kısa, bölgesel hatları odaklanma stratejisiyle hedef pazar olarak belirlemiş, filosu kısa menzilli uçaklardan oluşan bir havayolu işletmesi, Kuzey Atlantik pazarında yer almaz, dolayısıyla bu pazardaki işletmelerin rakibi değildir. Bu bağlamda, daha belirli pazarlara bakıldığında havayolu pazarlarında yoğunlaşmanın düşük olmadığı, pazarların genelde birkaç işletmeden oluşan oligopol hatta bazı pazarların tek bir işletmeden oluşan monopol yapıda olduğu görülmektedir (Karlsson vd., 2007, s. 267; Bilotkach, 2017, s. II.5).

2.5. Havayolu Taşımacılığında Yoğunlaşmanın Belirleyicileri

Bir endüstrinin ya da pazarın yoğunlaşma derecesini faaliyet gösteren firma sayısı ve firmaların pazar payları dağılımı belirler. Bu belirleyicileri şekillendirenler ise; pazara girişler ve giriş engelleri, firmalar arası iş birlikleri ve birleşmeler, pazardan çekilmeler ve iflaslar, pazardaki büyük firmaların büyüklükleri nedeniyle elde ettiği avantajlar ve daha da büyüme imkânları, küçük firmaların rekabet edebilirliği ve büyüyebilme imkânları gibi faktörlerdir. Çalışmada, havayolu taşımacılığında yoğunlaşmayı belirleyen faktörlerin; ekonomik düzenlemeler kaynaklı ve serbest piyasadaki ekonomik koşullar kaynaklı olmak üzere 2 ana başlık altında incelenmesi uygun görülmüştür.

2.5.1. Ekonomik düzenlemeler

Düzenleme kavramı, eylemlerin ve davranışların hukuki dayanağı olan kurallarla kontrol altına alınması olarak tanımlanabilir. Her ne kadar serbestleşme hareketleriyle geçmişe nazaran azalmış olsa da hükümetin katılımının son derece fazla olduğu havayolu taşımacılığı sektörü ekonomik yönden ele alınacaksa düzenlemelerin ve bunların havayolu taşımacılığına etkilerinin incelenmesi gerekmektedir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 38). Havayolu taşımacılığı tarihinde diğer faktörlerden önce; havayollarının pazara erişimini ve girişini, fiyatlandırma politikasını, arzını ne kadar ve nasıl oluşturacağını, bunların sonucunda da doğal olarak rekabetin kendisini kısıtlayan faktör ekonomik düzenlemeler olmuştur (Doganis, 2006, s. 27). Haliyle bunların kısıtlanması pazardaki yoğunlaşmayı da belirlemektedir. Devletlerin sektöre müdahalesinin ve sektörü kontrol altında tutmak istemesinin elbette çeşitli nedenleri

vardır. Bu nedenlerin ilki devletlerin havayolu taşımacılığını kamu hizmeti olarak görmesi, buna bağlı olarak da istikrarı ve sürekliliği sağlamak ve rekabetin neden olacağı kaynak israfını önlemek istemesidir. Diğer neden düzenlemelerin azalmasının emniyetsizlik yaratacağı kaygısı olarak söylenebilir. Diğer yandan özellikle bayrak taşıyıcılar olmak üzere havayolu işletmelerinin ülkelerin politik ve askeri amaçlarında da yeri vardır. Ayrıca bayrak taşıyıcı havayolu işletmelerinin ülkeyi temsil ettiği düşünülmektedir. Bu nedenle ülke itibarını koruma ve güçlendirme amacı devletlerin sektöre müdahale etmesine neden olabilir. (Gerede, 2015c, s. 101).

Devletler kamu hizmeti olarak gördüğü sektörleri kontrol etmek isterler. Çünkü bu sektörlerdeki faaliyetin sürekli, devamlı ve ulaşılabilir olması önemlidir. Aksi takdirde kamu bu hizmetten fayda sağlayamayacaktır. Ancak ekonomide genellikle kamu hizmeti olarak görülen sektörler doğal monopol özellikleri taşıyan sektörlerdir. Doğal monopoller, üretim ölçeği büyüdükçe maliyetlerin fazlaca düştüğü, üretimin az olması durumunda ise ortalama maliyetlerin yüksek olduğu pazar yapılarıdır (elektrik veya doğalgaz dağıtımı gibi). Ölçek ekonomilerinin bu denli etkili olduğu sektörlerde bir pazarda yalnızca bir işletmenin olması durumunda işletme avantaj sağlayabilmektedir. Dolayısıyla doğal monopol özelliği taşıyan sektörlerde ekonomik düzenlemeler olması beklenir (Mosca, 2008; Keller, Kuper ve Mulder, 2022). Çünkü böyle bir sektöre birden fazla işletme girmesi durumunda ortalama maliyetleri yüksek olacağı için ya anlaşma yapıp yüksek fiyata mal veya hizmet sağlarlar ya da yıkıcı rekabeti seçerek kaynak israfıyla verimsiz ve fazla üretim yaparlar veya fiyat savaşlarıyla pazar paylarını artırıp rakip işletmeyi pazardan çıkarmaya zorlarlar. Rekabetin kazananı olan firma pazardaki tek firma olarak kalır ve serbest piyasa koşullarında istediği kalite ve fiyatı belirleyerek toplumsal faydayı azaltabilir. Her iki durumda da kamu kaybeder. İşte tüm bu durumlardan kaçınmak ve toplumsal faydayı korumak için bu dinamiklere sahip pazarlar ekonomik düzenlemeye maruz kalır. Pazarda faaliyet gösterecek işletme, işletmenin arzı ve arz ettiği ürünün fiyatı devletler tarafından kontrol edilir. Ancak havayolu taşımacılığının doğal monopol özelliklerini ne kadar taşıdığı sorgulanmalıdır. Havayolu taşımacılığı pazarında faaliyet gelirlerinin ortalama maliyet üzerinde olması için tek işletme olunması ya da pazardaki payın çok büyük kısmının sahibi olunması gerekliliği gibi bir durum çoğunlukla söz konusu olmamaktadır. Dolayısıyla havayolu taşımacılığı pazarı doğal monopol özelliklerine sahiptir denilemez (Hanlon, 2007, s. 63-64).

Serbestleşme evresi öncesinde olası bir serbestleşme hareketinin havayolu taşımacılığı faaliyetlerinin emniyet seviyesini olumsuz etkileyeceği kaygısı yer almaktaydı. Toplumsal fayda söz konusu olduğunda insanların emniyetli bir şekilde bu hizmetten yararlanması en önemli koşuldur. Ancak burada sorgulanması gereken ekonomik düzenlemelerin emniyeti etkilemeyecek şekilde serbestleştirilip serbestleştirilemeyeceğidir. Düzenlemeler teknik ve ekonomik olarak ikiye ayrılır. Teknik düzenlemeler havayolu taşımacılığında emniyetin ve güvenliğin sağlanması için oluşturulan standartlar ve kurallara karşılık gelir. Teknik düzenlemeler uluslararası olarak hâlihazırda yoğun şekilde düzenlenirken ülkeler bu düzenlemeleri kendi sistemlerine entegre etmek zorundadır (Doganis, 2019, s. 21). Ekonomik düzenlemeler ise sektörün ekonomik yapısını, yoğunlaşma ve rekabet durumunu etkileyen düzenlemelerdir. Ekonomik düzenlemelerde serbestleşmeye gidilse dahi teknik düzenlemelerden taviz verilmesi söz konusu değildir. Diğer yandan emniyetsizliğin olası maliyetlerinin çok yüksek olması ayrıca düşük emniyet performansının havayolu itibarını dolayısıyla talebi etkileyerek rekabet avantajını değiştirmesi gibi sonuçları havayolu işletmeleri tarafından da istenmeyen bir durumdur. Nitekim tarihsel gelişime bakıldığında serbestleşme sonrasındaki dönemde havayolu taşımacılığında emniyetin azaldığına dair bir bulgu görülmemekte kaza ve ölüm oranlarında ise düşüş görülmektedir (Hanlon, 2007, s. 66-67; Wensveen, 2015, s. 112, 187).

Devletler bayrak taşıyıcı havayolu işletmelerinin güçlü olmasını isterler. Bir ülkenin bayrak taşıyıcı havayolu işletmesinin ülkeyi temsil ettiği, dolayısıyla ülke itibarını etkilediği düşünülmektedir. Tabii ki bu durum sadece milliyetçi bir bakış açısından kaynaklanmaz. Uluslararası havayolu taşımacılığı pazarında güçlü, rekabet edebilirliği ve pazar payı yüksek bir bayrak taşıyıcı havayolunun getirdiği itibar, ülkeye yabancı yatırımcı çekebilir. Bunun yanında ülkenin de reklamı yapılarak turizm faaliyetleri artabilir. Ayrıca kargo olarak dış hatlara taşınan ürünler dış ticareti desteklerken uluslararası pazara sunulan yolcu taşımacılık hizmeti de bir ihracat faaliyeti gibi düşünülebilir. Yabancı müşterilerden kazanılan dövizin bir kısmı ülkeye gireceği için ülke ekonomisine ve ülkenin para birimine olumlu etki gerçekleştirir. Ayrıca devletin, yönetiminde söz sahibi olduğu bayrak taşıyıcılar ülkedeki hükümetin de fayda sağlamasına itibarının güçlenmesine destek verebilir. Bununla birlikte olası bir acil durum, askeri mesele, afet gibi olaylarda devletler havayolu işletmelerini bu durumlara yönelik amaçlarda kullanabilirler. Tüm bu faydalar devletlerin güçlü bir bayrak taşıyıcı

havayolu işletmesine sahip olma isteğini anlamlı kılar. Bayrak taşıyıcı havayolunun iç hatlarda serbest piyasa ve yoğun rekabetten olumsuz etkilenmesini istemedikleri için politika yapıcılar ekonomik düzenlemelerle bu serbest rekabet koşullarının önüne geçebilirler. Benzer şekilde ülke havayolu işletmelerinin dış hatlarda diğer ülkelerin havayolu işletmelerine karşı rekabet dezavantajına uğramayacağı şekilde rekabeti uluslararası anlaşmalardaki ekonomik düzenlemelerle kontrol etmek isteyebilmektedirler (Hanlon, 2007, s. 65-66).

Gerede (2015b), havayolu taşımacılığında ekonomik düzenlemeler içerisinde pazar yapısını ve rekabeti etkileyen 4 temel unsura vurgu yapmıştır. Bu unsurlar; pazara erişim, pazara giriş, fiyat ve kapasitedir.

2.5.1.1. Pazara erişim

Havayolu işletmeleri, dünyanın istediği şehrine uçuş düzenleme kararlarını bağımsız olarak alamazlar. I. Dünya Savaşı sonrası gerçekleştirilen Paris Konvansiyonundan beri ülkelerin sınırları içerisindeki hava sahaları üzerinde mutlak egemenlikleri vardır. Dolayısıyla bir havayolunun bir ülkenin şehrine uçuş düzenleyebilmesi, tescilinin olduğu ülke ile uçmak istediği ülkenin arasındaki İkili Havayolu Taşımacılığı Anlaşmasına (İHT) bağlıdır. Ülkelerin birbirleri içerisinde hangi noktalara uçabileceği ya da ülkenin istediği noktaya uçuş düzenleyebilmesi bu anlaşmaların sıkı ya da serbestlik seviyesine göre değişmektedir. Pazara erişim konusunda İHT Anlaşmalarında düzenlenen diğer bir husus havayollarının uçtuğu ülkeden aldığı trafiği başka ülkeye taşıyabilme (5. trafik hakkı)¹ hakkının olup olmamasıdır. Anlaşmalarda bu hakkın kullanımının yasaklanması sıkı ekonomik düzenlemeye işaret ederken 5. hakkın kullanımına izin verilmesi daha serbest bir politikayı gösterir (Gerede, 2015b, s. 55-59).

Ülkelerin iç hatlarındaki yük ve yolcu trafiğinin taşınması o ülkenin tescilindeki havayolu işletmeleriyle gerçekleştirilir. Trafik haklarından 8. ve 9. trafik hakkı bu konuyu kapsamaktadır. Ülkelerin kendi iç trafiğini kendi işletmelerinin taşıması hakkına kabotaj hakkı adı da verilir. Bu hak yabancı tescilli havayolu işletmelerinin bir ülkenin iç pazarına erişimini engeller (ICAO, 2016, s. 4.1-1.).

¹ Pazara erişim konusunda havayolu işletmelerinin hangi rotadan uçabileceğini, hangi noktalara iniş yapabileceğini ve hangi noktalar arası yük veya yolcu taşıyabileceğini gösteren belirlenmiş 9 trafik hakkı vardır. Ayrıntılar için bkz. (ICAO, 2016, s. 4.1-1.)

Hem dış hat hem iç hat pazara erişimle ilgili bir konu ise havayolu taşımacılığının altyapısının oluşturulmasıdır. İki şehir ya da bölge arası seyahat talebinin bulunduğu pazara havayolu işletmelerinin dâhil olabilmesi için özellikle havaalanı olmak üzere gerekli altyapının sağlanması gerekir. Yeni pazarlara erişimin açılması yeni oyuncuların sektöre girişini teşvik edebilir ve mevcut pazarlarda yeterli payı olmayan işletmelerin yeni pazarlarda pay elde etmesini sağlayabilir (Kuchinke ve Sickmann, 2007). Altyapının oluşturulması devletlerin kaynak ayırmasına ve bu alandaki politikalarına bağlıdır. Ülkede havaalanının inşası için uygulanan ekonomik modeller, havaalanı özelleştirmeleri ve özel havaalanı işletmelerinin ne derece serbest olduğu ekonomik düzenlemeler içinde sayılabilir. Bu unsurlar da yeni havaalanlarının inşa edilmesinde etkili olabilir. Yeni havalimanları yeni uçuş noktaları anlamına gelir. Dolayısıyla seyahat talebinin yer aldığı pazarın büyümesini, büyüyen pazar yoğunlaşmanın azalmasını rekabetin artmasını sağlayabilir.

2.5.1.2. Pazara giriş

Erişime açık olan bir pazarda faaliyet göstermeyen havayolu işletmesinin faaliyete başlaması pazara giriş olarak adlandırılır. Pazara giriş kavramı çoğunlukla bir havayolunun yeni kurulmasına işaret eder. Bununla birlikte başka pazarda faaliyet gösteren bir havayolunun belirli bir pazarda faaliyete başlaması için de kullanılabilir. Otoriteler bir havayolu işletmesinin kurulmasını teknik ve ekonomik açıdan belirli şartlara bağlayarak pazara girişi düzenleyebilmektedir. Bir havayolunun kurulması için düzenlemelerde en az uçak sayısı, en az ödenmiş sermaye şartı gibi gereklilikler pazara giriş engeli oluşturabilen düzenlemeler arasındadır. İç hatlarda bir pazarda faaliyet göstermek için ilgili ülkenin otoritesinden onay alma zorunluluğu, otoritenin koyduğu finansal ve teknik zorunluluklar pazara giriş düzenlemesi örneği olabilir. Uluslararası pazarlarda ise İHT anlaşmalarıyla ülkeler arası erişime açılan pazarlarda hangi havayolu işletmelerinin faaliyet gerçekleştireceği düzenlemeye tabi olabilir. Sıkı düzenlenen anlaşmalarda pazara giriş için belirli ve az sayıda havayolu tayin edilmektedir (Gerede, 2011a). Bu havayolu işletmelerine tayin edilmiş havayolu işletmeleri (designated air carriers) adı verilir (Bkz. Bölüm 1.4.1). Bu durum diğer havayolu işletmeleri için pazara giriş engeli oluşturmaktadır. Dolayısıyla rekabeti olumsuz etkiler ve pazar yoğunlaşmasını artırır.

Pazara girişe engel olan bir diğerk unsur kapasite kaynaklı problemlerdir. Esasen kapasite problemi serbest piyasada meydana gelen bir giriş engelidir ve bu haliyle ekonomik düzenlemelerin oluşturduğu pazara giriş engellerinden sayılmayabilir. Ancak kapasitenin artırılması için altyapı oluşturulması gibi faaliyetler devletlerin kaynak ayırmasına ve bu konuda izlediği politikalara bağlıdır. Bu yönüyle ekonomik düzenlemelerle ilgili pazara giriş engelleri başlığı altına alınabilir. Potansiyel havayolu talebi olan bir bölgeye havaalanı kurup gerekli alt yapıyı oluşturmak pazara erişimi sağlarken hâlihazırda faaliyet gösteren bir havaalanında; yeni pist inşası, apronun büyütölmesi, ek terminal binası gibi altyapı çalışmaları pazara girişi sağlamaktadır. Mevcut bir havaalanının kapasitesinin artırılması pazara yeni havayolu işletmelerinin girmesine olanak vererek pazar yoğunlaşmasını azaltabilmektedir (Dresner, Windle ve Yao, 2002).

Kapasite probleminden doğan ve ekonomik düzenlemelerle ilgili pazara giriş engeli oluşturan diğerk bir unsur kapasitenin yönetilmesidir. Otoriteler kısıtlı kapasiteyi düzenlemeye tabi tutarak havayolu işletmelerine atamasını yaparlar. Gerçekleştirilen uçuş sayısı fazla olan, yoğun havaalanlarında (bu havaalanları seviye 3 olarak adlandırılır) kapasitenin kontrolü için slot uygulaması bulunur. Havaalanı slotu, bir havaalanına belirli saatlerde iniş-kalkış yapmak ve o saatler arasında havaalanının tüm alt yapısını kullanmak için havayolu işletmelerinin elinde bulundurması gereken izindir (IATA, 2019, s. 42). Talep eden havayolu işletmelerine, havaalanı kapasitesi nedeniyle kısıtlı olan havaalanı slotları sezonluk olarak (bkz. bölüm 1.2.1.) tahsis edilirken dikkate alınan ilk ölçüt tarihsel haklardır. Tarihsel haklar “Büyükbaba Hakları” (İngilizcede: Grandfather Rights) olarak da bilinmektedir. Tarihsel haklara göre daha önceden slota sahip havayolu işletmesi sezon boyunca yaptığı uçuşlarda bu slot saatine yüzde 80 veya üzeri uyum gösterdiği takdirde bir sonraki dönemde o slotu elinde bulundurmaya devam etme hakkına sahiptir (IATA, 2019, s. 66). Tarihsel haklar sayesinde pazardaki havayolu işletmeleri sınırlı kaynaklar üzerinde kontrol sağlayarak pazara girişlere engel oluşturmaktadır. Pazara yeni girmek isteyen bir havayolu işletmesinin uçuşlarını planlayabilmesi daha önce pazarda faaliyet gösteren işletmelerin slota yüzde 20’den fazla uyumsuzluk yapıp slotunu kaybetmesine ya da slotu istememesine bağlıdır (Avcı ve Ateş, 2022).

IATA’nın belirlediği slot tahsis yönteminde, yeni girenlerin dezavantajını azaltmak için havuz sistemi uygulanır. Havuz sistemine göre tarihsel slot hakkını kaybeden

havayolu işletmesinin slotu, slot havuzuna devredilir. Slot havuzuna devredilen slotların yüzde 50'si pazarda uçuşu bulunmayan yani pazara yeni giren havayolu işletmelerine tahsis edilir (IATA, 2019, s. 66). Her ne kadar pazara yeni giren havayolu işletmeleri için olumlu bir düzenleme olsa da yine de pazara girişin, pazarda bulunan mevcut havayolu işletmelerinin slotunu kaybetmesine ya da bırakmasına bağlı olduğu gerçeğine bir çözüm getirmemektedir. Diğer bir yandan havuz sistemi pazarda uçuşu olmayan havayolu işletmelerine az da olsa avantaj sağlasa da pazarda faaliyet gösteren ancak elinde pazara hâkim büyük havayolu işletmelerine kıyasla az sayıda slota sahip olan havayolu işletmelerine avantaj sağlamamaktadır. Bu nedenle bir havayolu işletmesi pazara giriş yapabilse dahi ilerleyen dönemlerde sahip olduğu slot sayısını ve bağlantılı olarak pazar payını artıramamaktadır. Bu durum, pazara girebilmeyi başaran havayolu işletmelerinin yıllardır pazarda faaliyet gösteren ve çok sayıda slota sahip havayolu işletmeleriyle rekabet etmesini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla havayolu taşımacılığında slot tahsis yönteminin pazara giriş engeli oluşturmanın yanında pazardaki işletmeler arası rekabetçi yapıyı da olumsuz etkilediği pazara giremeyenlerin ya da slot sayısını artıramamanın yoğunlaştırmayı artırdığı görülmektedir (Avcı ve Ateş, 2022).

2.5.1.3. Fiyat tarifi

Havayolu işletmeleri tarafından arz edilen taşımacılık hizmetinin fiyat bileşeninin otoriteler tarafından belirlenmesi ya da kontrol altına alınmasıdır. Fiyat tarifi, uluslararası uçuşlar için taraf devletlerin İHT anlaşmaları ya da çok taraflı anlaşmalar vasıtasıyla düzenlenebilir. Öte yandan bir ülkenin içerisindeki hizmetin (iç hatlar havayolu taşımacılığı gibi) düzenlenmesi ülkelerin ulusal kanun, yönetmelik ya da politikalarıyla gerçekleştirilebilir (ICAO, 2016, s. 4.3).

Otoriteler düzenlemelerle havayolu işletmelerinin sundukları taşımacılık hizmeti için koyacakları fiyatı direkt belirleyebilir. Bu, oldukça sıkı bir düzenlemedir çünkü havayolu işletmesinin hizmet sunumu bileşenlerinden biri olan fiyat bileşenini rekabet aracı olmaktan çıkarır. Fiyatı belirlerken faaliyet maliyetinin üzerine belirlediği bir oranda kâr eklenmesini uygun görüp bilet fiyatının ortaya çıkan tutar olmasını isteyebilir veya fiyatın belirlenmesini başka bir ölçüte bağlayabilir. Serbestleşme öncesi ABD'de sivil havacılığı düzenleyen kurul olan Civil Aeronautics Board (CAB) havayolu taşımacılığında mesafe temelli fiyatlandırma kuralını uyguluyordu. Aynı mesafede olan

iki rota üzerindeki havayolu taşımacılığı hizmetinin fiyatı talepleri farklı olsa dahi aynı oluyordu (Belobaba, 2016c, s. 76-77).

Hükümetler fiyat tarifelerini direkt belirlemese de diğer bir düzenleme metoduyla kontrol altında tutabilir. Bu yöntemde havayolu işletmeleri uçuşlarında belirleyecekleri fiyat tarifelerini hazırlayıp belirli gün öncesinden otoritelerin onayına sunmak zorundadırlar. İlgili uçuş iç hat uçuşuysa kendi ülkelerinin otoritelerine düzenlemede belirtilen gün öncesinden bildirmek durumundadır. Fiyat tarifesinin uygulanabilmesi için otoritenin belirtilen fiyatı onaylaması gerekmektedir (Gerede, 2011b). Eğer söz konusu olan uluslararası pazarlar ise bu yöntem İHT anlaşmalarında yer alır. Havayolu işletmeleri tarafından hazırlanan fiyat tarifelerinin uygulanabilmesi için anlaşmaya taraf iki ülkenin de onayından geçmesi gerekir. Bu düzenlemenin daha liberalleştirilmiş hali ise havayolu işletmeleri tarafından belirlenen fiyat tarifesinin uçuştan daha kısa zaman önce otoritelere sunulması ve onay ihtiyacı duyulmamasıdır. İHT anlaşmalarında fiyat tarifi düzenlemesinin bu şekilde belirlenmesi durumunda havayolu işletmelerinin oluşturduğu fiyat tarifesine iki tarafın otoritesinin birden itiraz etmediği durumda tarife uygulanır (Doganis, 2006, s. 32-38). Tamamen serbest bir fiyat belirlemesi ise; havayolunun, sunacağı hizmetin fiyatını pazar dinamiklerine göre alacağı kararlarla onay ya da ön bildirim gerekmeksizin belirleyebilmesiyle olur (Gerede, 2011a).

Havayolu işletmelerinin fiyatları serbestçe belirleyememesi, rekabet araçlarını ve serbest piyasa koşullarını kısıtlayacağı için rekabeti azaltan bir durumdur ve pazardaki havayolu işletmelerinin paylarının dağılımı üzerinde etkisi olması beklenir. Pazar payını yolcuya fiyat faydası sağlayarak artırma stratejisini benimseyen bir havayolu işletmesi bunu gerçekleştiremeyecektir. Bunun yanında pazarda mevcut havayolu işletmelerinin bulunması ve rekabetin kısıtlı olması pazara girişleri de teşvik etmeyecektir. Bu sebeplerle bir pazarda fiyat tarifesinin düzenlenmesinin pazarın yoğunlaşma derecesi üzerinde etkisinin görülmesi olasıdır.

2.5.1.4. Kapasite

Kapasitenin düzenlenmesi, bir pazardaki havayolu taşımacılığı arzının büyüklüğünün otoritelerce belirlenmesi veya kontrol edilmesi anlamına gelmektedir. Yolcu taşımacılığı düşünüldüğünde pazardaki arzın büyüklüğü belirli bir zaman diliminde arz edilen koltuk sayısıdır. Arz edilen koltuk sayısının belirleyicileri ise uçuş

sıklığı ve uçak tipidir. Uçuş sıklığı günlük ya da haftalık olarak kaç uçuş gerçekleştirileceğini gösterirken uçak tipi bir uçuşta arz edilen koltuk sayısını belirler.

Otoriteler, bir pazarda arz edilecek uçuş sayısını ve uçuşların hangi tip uçaklarla yapılacağını kontrol altına alarak kapasiteyi düzenleyebilir. Pazara sunulacak kapasiteyi doğrudan kendisi belirtebilir ya da havayolu işletmelerinden belirtilen talebe uygun kapasite sunmaları istenebilir. Sunulan kapasite bilgisini içeren uçuş tarifi belirli gün öncesinden otoritenin onayına sunulmakta ve onay verilirse uçuş tarifi uygulamaya konulabilmektedir. Ayrıca düzenlenen kapasitenin pazardaki talebe göre artırılıp azaltılabilmesi kapasite düzenlemesinin serbestliğine göre değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla havayolu işletmelerinin etkinliğini ve rekabeti etkilemektedir (Gerede, 2011b).

Uluslararası uçuşları kapsayan İHT anlaşmalarında ise kapasite belirleme düzenlemelerini üç temel kategoriye ayırmak mümkündür. Bir pazara erişim açıldığında faaliyetin başlamasından önce kapasitenin taraflarca belirlendiği ve belirlenen kapasiteye göre tarifenin paylaştırıldığı ön belirleme yöntemi üç yöntemden en sıkı olanıdır. İkinci yöntem olan Bermuda I yöntemi ilk kez ABD ve İngiltere arasında 1946'da Bermuda'da görüşülmüştür ve adını buradan almaktadır. Bu yöntemde hükümetler belirli kapasite ilkeleri belirleyerek bunları havayolu işletmelerine iletirler ve ilkeler doğrultusunda tarifelerini oluşturmalarını isterler. Üçüncü yöntem ise kapasiteye devletin müdahale etmediği sadece adil olmayan rekabetin engellenmesi için kontrol ettiği, tarifelerin havayolu işletmeleri tarafından belirlendiği serbest belirleme yöntemidir (ICAO, 2016, s. 4.2).

Kapasitenin düzenlenmesi yoğunlaşmayı doğrudan etkileyebilmektedir. Bir pazara arz edilecek hizmetin boyutunun otoritelerce kontrol altına alınması ve işletmeler arası paylaştırılması rekabeti oldukça azaltacaktır. Kapasitenin düzenlenmesi, işletmelerin pazar paylarının neredeyse düzenlemelerle belirlenmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla sıkı bir kapasite düzenlemesi pazardaki yoğunlaşmanın da kontrolü anlamına gelmektedir.

2.5.2. Serbest piyasadaki ekonomik koşullar

Bu bölümde sektöre müdahalenin yer aldığı ekonomik düzenlemelerin aksine rekabetçi serbest piyasada yoğunlaşmayı artırabilecek durumlar ele alınmaktadır. Bu

durumlar temelinde; pazara giriş engelleri, birleşmeler ve pazardan çıkışlar olarak 3 konuda değerlendirilecektir.

2.5.2.1. Pazara giriş engelleri

Pazara giriş engelinin ekonomik açıdan anlamı pazarda hali hazırda faaliyet gösteren işletmelerin üstlenmediği ancak pazarda yeni faaliyete başlayacak işletmelerin katlanmak zorunda olduğu ekstra maliyetlerdir (Hanlon, 2007, s. 73). Havayolu taşımacılığında serbest rekabet dinamiklerinde, rekabetçi davranışların da etkisiyle oluşan pazara giriş engelleri; ölçek, kapsam ve yoğunluk ekonomileri, sabit maliyetler ve batık maliyetler, rakiplerin tepki süresi ve müşteri sadakati üzerinden ele alınabilir.

2.5.2.1.1. Ölçek, kapsam ve yoğunluk ekonomileri

Büyük işletmelerin maliyet avantajı dolayısıyla rekabet avantajına sahip olması açısından bakıldığında; ölçek ekonomisi, kapsam ekonomisi ve yoğunluk ekonomisi kavramlarıyla karşılaşılmaktadır. Bu kavramlar pazara giriş kararlarına etki edebilmektedirler. Çünkü bir pazarda hali hazırda faaliyetine devam eden büyük havayolu işletmeleri yeni başlayan ya da küçük ölçekli havayolu işletmelerine kıyasla maliyet avantajına sahipse bu pazara girişlerin cazip olmamasını sağlayarak pazara giriş engeli oluşturabilir.

Üretim miktarı arttıkça ortalama maliyetin azaldığı durumlarda **ölçek ekonomisinden** bahsedilmektedir (Frank vd., 2019, s. 208). Havayolu taşımacılığında üretim ölçeğinin büyüklüğü arz edilen toplam kapasite ya da önceki bölümlerde ifade edilen arz edilen koltuk kilometre (ASK) (bkz. Bölüm 1.5) miktarının büyüklüğüne karşılık gelir (Cook ve Billig, 2017, s. 206). Havayolu taşımacılığında ölçek ekonomilerinin bulunup bulunmadığı konusu tartışmalıdır. Ölçek ekonomisinden faydalanılıp faydalanılmadığını net olarak söylemenin zor olmasının nedeni üretim çıktısı ölçütü olan ASK'nin farklı şekillerde üretilebileceğidir. Örneğin; 200 koltuk kapasiteli bir uçakla 1000 km bir mesafe kat edildiğinde 200000 ASK üretiliyorken 100 koltuk kapasiteli bir uçakla 500 km'lik 4 farklı uçuş gerçekleştirildiğinde de 200000 ASK üretilmiş olur. Ancak aynı olan bu iki ASK'nin ortalama üretim maliyetleri aynı olmayacaktır. Ayrıca iş modellerinin farklı olması dolayısıyla bir havayolu işletmesi birim ASK'yi daha yüksek maliyetle üretilip daha yüksek ücrete satarken, diğeri daha düşük maliyetle üretilip daha düşük ücrete satabilir (Holloway, 2008, s. 340-341).

Her ne kadar ölçek ekonomisinin boyutunun tam anlamıyla kanıtlanması güç olsa da büyük ölçekli havayolu işletmelerinin küçük ölçekli havayolu işletmelerine kıyasla maliyet avantajı elde ettiği durumlarla karşılaşmaktadır. Uçak sayısı arttıkça, aynı tip oldukları varsayıldığında ortalama bakım maliyetleri düşebilmektedir. Uçuş ekibi sayısı arttıkça ortalama eğitim maliyetleri aynı şekilde daha düşük olabilmektedir. Bununla birlikte ekiplerin ve uçakların uçuşlara atamaları daha verimli olabilmekte, dolayısıyla iş gücü ve uçak verimliliğinin artması sonucunda maliyetler azalabilmektedir. Ayrıca daha büyük ölçekli üretim yapan havayolu işletmelerinin pazarlık gücü daha fazla olacağı için tedarikçilerin oluşturduğu maliyetler azalabilir. Uçak sipariş edildiğinde miktardan dolayı uçak başına olan maliyet daha düşük olabilmektedir. Ayrıca yer hizmetleri, ikram tedarikçileri, yakıt tedarikçileri gibi tedarikçilerine karşı da aynı durumun geçerli olabileceği söylenebilir (Holloway, 2008, s. 340; Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 123).

Pazarlama ve reklam faaliyetleri açısından bakıldığında büyük havayolu işletmelerinin daha geniş uçuş ağı ve daha fazla uçağı olması daha fazla pazarlama maliyeti anlamına gelmez. Bir havayolu, uçuş düzenlediği her şehir çifti pazarı için ayrı reklam yapmaz. Hatta yaptığı tek reklamda bunu güçlü marka imajı olarak dahi gösterebilir. Havayolunun üretim ölçeği büyüdükçe pazarlama faaliyetlerinin birim maliyeti düşer. Dolayısıyla filo boyutu ve uçuş ağı genişliği büyük olan daha fazla gelirli bir havayoluyla uçuş ağı küçük ve uçuş faaliyeti az olan bir havayolunun pazarlama maliyetleri farkı gelirlerindeki fark kadar fazla değildir (Hanlon, 2007, s. 77).

Bunların yanında bir havayolu işletmesi üretim ölçeğinin büyük olması dolayısıyla yeni girecek havayolu işletmelerine doğrudan giriş engeli de oluşturabilir. Yeni giren havayolu işletmeleri tehdidi olduğu durumlarda mevcut büyük ölçekli havayolu işletmesi uçuş sıklığını artırarak rekabetçi üstünlük elde edebilir ve pazara yeni girecekleri uzak tutabilir (Gerede ve Yalçinkaya, 2015, s. 148).

Kapsam ekonomileri, bir işletmenin kaynaklarını başka üretim hatlarına da ayırarak ortalama maliyetlerini düşürdüğü durumlarda ortaya çıkar. Ölçek ekonomilerinden farkı aynı ürün üretiminin artmasından ziyade farklı ürünlerin üretilmesinin ortalama maliyeti düşürmesidir. Kapsam ekonomisinden faydalanan alanlarda bilgi birikimi, finansman, faaliyet alanı, iş gücü, çeşitli donanımlar gibi kaynakların paylaşılması nedeniyle iki ürünü birlikte üretmenin maliyeti ayrı ayrı üretmekten düşüktür. Havayolu taşımacılığında işletmenin hem yer hizmetleri faaliyeti

hem taşımacılık faaliyetini birlikte yapması bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Benzer olarak havayolu taşımacılığı için ikram hizmetleri, akaryakıt istasyonu işletmesi ya da uçak bakım işletmesi de havayolu taşımacılığı faaliyeti ile eş zamanlı gerçekleştirilebilir. Eğlence amaçlı seyahat yolcularını odak pazar seçen havayolu işletmeleri aynı zamanda otelcilik alanında da faaliyet gösterebilirler. En sık rastlanan örneklerden biri de yolcu uçaklarının alt kısmında kargo taşımacılığı yapılmasıdır (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 124). Bir pazarda yer hizmetleri gibi faaliyetlerde de bulunan havayolu işletmesinin ortalama maliyetleri sadece havayolu taşımacılığı yapmaya başlayan bir havayolu işletmesine kıyasla daha düşük olabilir. Bu durum pazara yeni girecek havayolu işletmelerinin giriş kararlarını etkileyebilir.

Üretimin, üretim tesislerini bir araya getirilerek daha büyük üretim alanlarında gerçekleştirilmesinin üretim maliyetlerini düşürdüğü durumlarda **yoğunluk ekonomilerinden** söz edilmektedir. Havayolu taşımacılığında yoğunluk ekonomisine rastlanmaktadır. Yolcu trafiğinin yoğun olduğu pazarlarda uçuşlar küçük uçaklarla sık seferler yerine daha büyük uçaklarla ve daha yüksek doluluk oranlarıyla yapıldığında birim maliyetler daha düşük olacaktır. Daha çeşitli filo yapısına ve büyük uçaklara sahip olan havayolu işletmeleri yoğunluk ekonomisinden daha çok faydalanabilirler. Büyük ölçekli, çeşitli filo yapısına ve geniş uçuş ağına sahip havayolu işletmelerinin yoğunluk ekonomilerinden en fazla faydayı elde ettiği durum ise topla dağıt (hub-and-spoke) uçuş sistemleridir. Yolcu trafiği yoğunluğunun az olduğu pazarlardan topladıkları yolcuları merkez havaalanlarında bir araya getirerek daha büyük uçaklarla diğer merkezlere taşırlar (Berry, Carnall ve Spiller, 2006, s. 200-210; Wittmer ve Bieger, 2021, s. 157-162). Böylece büyüklüklerinin avantajıyla yoğunluk ekonomisini kullanıp maliyetlerini azaltarak pazara yeni giren küçük ölçekli havayolu işletmelerine karşı rekabet avantajı elde edebilirler. Bu durum yoğunluk ekonomisinden faydalanamayacak havayolu işletmelerinin bazı pazarlara girmesini önleyerek pazara giriş engeli oluşturabilir (Reynolds-Feighan, 2007, s. 346).

2.5.2.1.2. Yatırım ve işletme maliyeti

Havayolu taşımacılığı faaliyetinin gerçekleşebilmesi için en büyük 2 yatırım havaalanı ve hava aracı yatırımdır. Havaalanı inşası devletlerin sorumluluğunda olan bir konu olduğu için havayolu işletmelerine yatırım maliyeti oluşturmazken hava aracı edinimi havayolu işletmeleri için önemli bir yatırım maliyeti olabilir. Eğer satın

alınacaksa, havayolu işletmelerinin pazara girişlerinde kaynaklarının büyük bir bölümü işletmenin pahalı varlıkları olan uçaklara ayrılır. Ancak yüksek yatırım maliyetine sahip varlıklar olan uçakların pazara girişi engellemesinin önüne kiralama yöntemiyle geçilebilir. Havayolu işletmeleri, faaliyeti için gerekli olan uçaklara satın almak yerine kiralama (leasing) anlaşmalarıyla sahip olabilir.

Her ne kadar uçaklar kiralanabiliyor olsa da bu durum havayolu taşımacılığı faaliyetlerine yeni başlarken yüksek kaynak gereksinimi olduğu gerçeğini değiştirmez. Yeni kurulmuş bir havayolu gerekli lisansları ve izinleri elde etmeden uçuşlara başlayamaz. Ekonomik düzenlemeler gereği lisansın alınabilmesi için istenen finansal teminatlar pazara giriş engeli oluşturan maliyetler arasında sayılabilir. Ayrıca gerekli lisansların ve izinlerin alınabilmesi için bir altyapı oluşturulması gerekir. Henüz uçuş faaliyetine başlamadan önce; yerleşkenin kurulması, gerekli bilgi ve rezervasyon teknolojilerinin oluşturulması, personelin istihdamı, personele gerekli eğitimlerin verilmesi, ilgili belgelerin ve el kitaplarının hazırlanması, izin başvurularının ve tedarikçi anlaşmalarının yapılması süreci mevcuttur. Bu süreç aylar sürebilmektedir ve işletme gelir elde etmeye başlamadan yüksek maliyetlere katlanmak durumundadır (Morrell, 2021, s. 213-214).

Havayolu taşımacılığında verilen hizmet önceden denenemediği, üretildiği anda tüketildiği için marka imajı ve bilinirlik tüketicilerin kararlarında önem taşımaktadır. Bu durum rekabet edebilmek, pastadan pay alabilmek için havayolu taşımacılığının pazara girişlerde pazarlama maliyetlerine katlanmasını gerektirir. Dolayısıyla sektöre ya da pazara giren bir havayolu işletmesinin özellikle geniş bir ağ yapısıyla hizmet verecekse tanınırlık için reklam ve kampanya maliyetleri olacaktır (Hanlon, 2007, s. 76).

Havayolu taşımacılığında işletme maliyetleri faaliyet maliyetleri ve faaliyet dışı maliyetler olmak üzere ikiye ayrılır. Faaliyet dışı maliyetler uçuş faaliyetleriyle yakından ilgili olmayan maliyetlerdir. Kredi faizleri, kur farkından kaynaklanan maliyetler, donanım ya diğer varlıkların alım satımı arasındaki farklar, vergi ve vergi benzeri yükümlülükler faaliyet dışı maliyetleri oluşturur. Yüksek kredi faizleri, vergiler ve döviz kuru havayolu işletmeleri için pazara girişi zorlaştırabilmektedir (Holloway, 2008, s. 273-276).

Uçuş faaliyetleriyle ilgili maliyetler ise doğrudan faaliyet maliyetleri ve dolaylı faaliyet maliyetleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan faaliyet maliyetleri gerçekleştirilecek uçuşa ve uçuşu yapacak uçak tipine göre değişebilen maliyetlerdir. Bu

maliyetler genel anlamda uçuşların operasyon giderlerini, uçak ve donanımın bakım giderlerini ve amortisman giderlerini içerir. Uçuş operasyon giderleri; uçuş ekibinin ücretleri, yakıt ve yağ giderleri, havaalanı kullanım ücretleri ve yol ücretleri, sigorta giderleri, uçağın ve donanımın kiralardan oluşur. Diğer yandan dolaylı faaliyet maliyetleri uçağın faaliyetiyle doğrudan ilgili olmayan ve uçuşa göre değişkenlik göstermeyen maliyetlerdir. Bu maliyetler; yolcu hizmetleri giderleri, istasyon ve yer hizmetleri giderleri, biletleme ve satış giderleri, genel yönetim giderleri ve diğer faaliyet giderlerini kapsamaktadır (Doganis, 2019, s. 43-45).

Havayolu taşımacılığı işletme maliyetlerinin yüksek olduğu bir sektördür. Dolayısıyla sektörde talebi etkileyen ekonomik dalgalanmalar olursa, pazarda yeterli doluluk oranı sağlanamazsa ya da hedeflenen gelir seviyesine ulaşamazsa karşılaşılabilecek zararın yüksek olması anlamına gelir. Bu durum pazara giriş için girişimcilerin algıladığı finansal riskin yüksek olmasına yol açıp pazara giriş kararlarında olumsuz etki yaratabilir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 245).

2.5.2.1.3. *Rakiplerin tepki süresi*

Bir pazarda mevcut işletmeler yeni giren işletmelerin pastadan pay almasını engellemek için çeşitli taktikler uygulurlar. Havayolu taşımacılığında bu taktikler fiyatları düşürmek ya da frekansı artırmak gibi arz bileşenleri üzerinden gerçekleştirilir. Bir havayolunun faaliyete başlaması, otoriteden izinler alınması, slot alınması gibi gereklilikler sebebiyle planlama gerektirir ve kısa bir süreç değildir. Bu durum pazardaki havayolu işletmelerine tepki vermek için ihtiyaç duydukları süreyi tanır. Pazardaki havayolu işletmelerinin kârlılıktan feragat ederek fiyatlarını düşürmesi ya da uçuş sıklıklarını artırması pazarın eski cazibesini kaybetmesine yol açabilir. Mevcut güçlü havayolu işletmeleri bir süre kârsız faaliyet düzenleyerek yeni giren havayolu işletmesinin rekabet etmesini engelleyip pazardan çekilmesini sağlayabilir. Bu durum pazara giriş kararlarında etkili olmaktadır. Uzun süre zarar etmeyi göze alamayacak bir finansal duruma sahip havayolu işletmelerine pazara giriş engeli oluşturur (Hanlon, 2007, s. 75-76; Shaw, 2007, s. 139-140).

2.5.2.1.4. *Müşteri Sadakati*

Müşteri sadakati oluşturma hareketleri rekabet avantajı elde etmek için yapılan bir pazarlama taktiğidir. Pazarlama faaliyetleri bu rekabet avantajını esas olarak iki şekilde

işletmelere fayda sağlar. Bunlardan ilki işletmeye olan talebi artırmak, diğeri ise işletmenin talebinin fiyat esnekliğini dūřurmektir (Hanlon, 2007, s. 84). İlk duruma bakıldığında, diğer havayolu işletmelerine gōre talebi artan havayolu işletmesinin pazar payı da zaten doğrudan artmış olur. İkinci durumda ise pazar payı aynı kalsa da havayolunun ücretlerini artırması durumunda azalmayan talep kârlılığı artırabilir. Ancak ikinci durumun başka bir avantajı daha vardır. Pazara yeni bir havayolu işletmesi girmesi ve bilinirlik dezavantajı nedeniyle pazardaki alıcılara dūřük fiyat avantajı sunarak rekabet tehdidi oluşturması durumunda, fiyat esnekliği azalmış mūřteriler dūřük fiyat yerine sadık olduğu havayolu işletmesiyle seyahat etmek için daha fazla ödemeye razı olabilirler. Pazarda mevcut havayolu işletmelerine sadık, özellikle iř amaçlı seyahat eden bir talep mevcutsa pazara giren havayolu işletmesi yeterli talebi gōremeyebilir. Bu durum yeni girecek havayolu işletmelerine pazara giriş engeli oluşturabilir.

Havayolu işletmelerinin mūřteri sadakati elde etmek için uyguladıkları yöntemlerden biri Sık Uçan Yolcu Programlarıdır (Frequent Flyer Programs (FFPs)). Sık uçan yolcu programlarında yolcular, belirli havayolunu kullanarak kat ettiği mesafeye gōre puan kazanırlar. Kazandıkları bu puanları biriktirerek ücretsiz uçuř, uçuşta sınıf yükseltme ya da anlaşmalı yerlerden ücretsiz alışveriş gibi faydalar elde ederler (Lijesen vd., 2006, s. 224). Sık seyahat eden yolcular için sık uçan yolcu programı, havayolu tercih kararlarını etkileyebilen bir araç olabilmektedir. Yolcular aynı havayolu işletmesini kullandıkça puanları artacağı için havayolu işletmesine sadık kalacaktır. Kuřkusuz bu şekilde bir sadakatin oluşabilmesi için havayolu işletmesinin uçuř ağı geniş uçuř sıklığı yüksek olmalıdır. Bōyle bir havayolu işletmesine sık uçan yolcu programı kaynaklı olan talebin esnekliği dūřük olacaktır. Bu nedenle talebin pazara yeni giren havayoluna kayması zor olacağı için sık uçan yolcu programları pazara giriş engeli yaratabilmektedir (Doganis, 2019, s. 279).

2.5.2.2. Birleşmeler

Havayolu işletmeleri önceki kısımda bahsedilen (Bkz. Bölüm 2.5.2.1.1.) büyüklük kaynaklı ölçek, kapsam ve yoğunluk ekonomileri avantajlarından faydalanarak maliyetleri dūřürmek ve rekabet gücü elde etmek için birleşme yoluna gidebilir. Bazı durumlarda da finansal açıdan kötü durumda olan ya da rekabet edebilirliği az olan küçük havayolu işletmelerini daha büyük havayolu işletmeleri satın alıp bünyesine dâhil ederek daha da büyüyebilir.

Birleşme yoluyla iki havayolu işletmesi ayrı ayrı faaliyette olduğu zamana kıyasla filo ve kapasite kullanımını daha etkin olacak şekilde planlayabilir. Bakım tesisleri kullanımını ve bakım planlamasını daha etkin yapabilir. Havaalanındaki yer hizmetleri, check-in kontuarları, ofisler ve bekleme salonları gibi alanları birleştirerek sayısını azaltabilir. Yeni işletmenin tedarikçilere karşı pazarlık gücü artabilir. Pazarlama, bilgi işlem, insan kaynakları, finans ve muhasebe gibi yönetim birimlerini ikiden teke düşürebilir ve toplam çalışan sayısı azalabilir. Birçok alanda gerçekleşen maliyet azalmalarının yanında uçuş noktalarının birleştirilmesi sonucu daha geniş ağ yapısına sahip olan yeni ve tek havayolu işletmesinin gelirleri de birleşme öncesindeki iki ayrı havayolunun gelirlerinin toplamına kıyasla daha yüksek olabilir (Wensveen, 2015, s. 202-206; Doganis, 2019, s. 158).

Air France ve KLM havayollarının 2003 yılındaki birleşmeleri ele alındığında şirketlerin bazı birimlerini birleştirerek ve bir araya getirdikleri kaynaklarını daha etkin kullanarak maliyet avantajı elde ettiği görülmektedir. Bunun yanında, KLM müşterileri 90'ın üzerinde yeni rotaya Airfrance müşterileri ise 40 yeni rotaya erişim elde etmiştir. Bunun sonucunda Air France – KLM birlikteliğinin gelirleri de önceki gelirlerinin toplamına kıyasla artmıştır (Doganis, 2019, s. 159).

Tarihte, havayolu taşımacılığında serbestleşme sonrası pazarda hızla artan havayolu sayısı, düşük maliyetli modelin ortaya çıkışı ve oluşan rekabetçi ortam işletmelerin kârlılıklarını ve pazar güçlerini azaltmıştır. Sonrasında bu rekabetçi ortamdan olumsuz etkilenen havayolu işletmelerinin bazıları iflas etmiş, bazıları diğer havayolu işletmelerinin bünyesine dâhil olmuştur. Pazarda varlığını sürdüren havayolu işletmelerinin ise rekabetçi pazar yapısıyla başa çıkma stratejilerinden biri de birleşmeler olmuştur. Dünyada serbestleşme sonrası azalan endüstri yoğunlaşması; iflaslar, satın almalar ve birleşmeler sonucunda artma eğilimine girmiştir. Dolayısıyla maliyet azaltma ve gelir artırma yanında havayolu işletmeleri birleşerek pazar paylarını ve pazar güçlerini artırmayı da amaçlar (Zhang ve Zhang, 2018, s. 180-181).

Havayolu birleşmeleri rekabetçi yapıyı azaltabilir. Özellikle aynı pazarda faaliyet gösteren iki havayolu işletmesinin birleşmesi pazar yoğunlaşmasını doğrudan artırmaktadır. İki havayolunun birleşmesi maliyet ve gelir avantajının yanı sıra pazar paylarının da birleşmesi anlamına geldiği için oluşan yeni havayolu işletmesinin pazardaki payı artmış olur. Bu pay artışı yeni havayolu işletmesine tekeli pazar gücü sağlayabilmektedir. Bu yüzden otoriteler rekabet kanunlarıyla (antitröst yasaları) pazar

yoğunlaşmasını oldukça artıran, havayolu işletmesine tekелci güç sağlayan, rekabetçi yapıyı bozarak toplumsal faydayı azaltan birleşmeleri kontrol ederek engelleyebilmektedirler.

2.5.2.3. Pazardan çıkışlar

Bir havayolu işletmesinin bir pazarda havayolu taşımacılığı faaliyetine devam etmemesi pazardan çıkması anlamına gelir. Pazardan çıkmanın sebebi, pazarın kârlılığının düşük olması diğer bir deyişle ekonomik kârın negatif olması olabilir. Bunun yanında havayolu işletmesi odak pazarını değiştiriyor olabilir. İç hatlar tarifeli havayolu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren havayolu işletmesinin odak pazarını dış hatlar tarifeli ya da charter uçuşlara yöneltmesi bu duruma örnek olabilir. Bir diğer pazardan çıkma nedeni, çeşitli sebeplerle havayolu işletmesinin iflası da olabilmektedir (O'Connor, 2001, s. 24).

Serbestleşme hareketi sonrası pazara girişlerdeki sıkı düzenlemelerin kaldırılmasıyla havayolu taşımacılığı pazarlarına çok sayıda yeni havayolu işletmesi giriş yapmıştır. Kısa sürede rekabetçi pazarlar oluşmuş, düşük maliyetli havayolu işletmeleri kurulmuştur. Bunun sonucunda uçuş sıklığı artmış, bilet fiyatları düşmüş böylece topluma sağlanan faydada artış olmuştur. Ancak önceki sıkı düzenlenen kârlı ve istikrarlı sektöre göre sektörün yeni durumunda işletmelerden yolculara kaynak aktarımı olması dolayısıyla bazı işletmeler için sektör cazibesini yitirmiştir. Ayrıca günümüze kadar olan süreçte, önceki bölümlerde de bahsedilen krizlerin de etkisiyle bazı havayolu işletmeleri yaşanan finansal sıkıntılar sonucu başka havayolu işletmelerinin bünyesine dâhil olarak ya da iflas ederek pazardan çıkmıştır (Cook ve Billig, 2017, s. 194-196; Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 9-15).

Pazardan çıkmaların pazar yoğunlaşmasına doğrudan bir etkisi vardır. Pazarda artık faaliyet göstermeyen havayolu işletmesi yerine yeni girişler olmadığı durumda, pazardan çıkan havayolu işletmesinin pazar payı pazarda hali hazırda faaliyet gösteren işletmelere geçecektir. Bunun sonucunda pazardaki işletmelerin payları artacak dolayısıyla pazar payları üzerinden hesaplanan pazar yoğunlaşması endekslerinin değerleri de artış gösterecektir. Pazardaki toplam işletme sayısının azalması ve mevcut işletmelerin pazar hâkimiyetinin artması yoğunlaşmayı artırarak rekabetçi yapıyı olumsuz etkileyecektir (Jayanti ve Jayanti, 2011).

2.6. Havayolu Taşımacılığında Yoğunlaşmanın ve Eksik Rekabetin Potansiyel Zararları

Yoğunlaşmanın yüksek ve piyasa yapısının rekabetçi yapıdan uzak olmasının; sektörün gelişimi, sektördeki işletmelerin bir kısmı ve sektöre yeni girmek isteyen işletmeler üzerinde olumsuz etkisi olabilmektedir. Bunların da bir sonucu olarak özellikle tüketiciye sağlanan faydayı, diğer bir deyişle tüketici refahını azaltabilmektedir. Tüketici refahı; arz, talep, fiyat, kalite ve yenilik (inovasyon) üzerinden değerlendirilebilir (Ayata, 2014, s. 30-34). Eksik rekabet ve yoğunlaşma, bu unsurları etkileyerek tüketiciye zarar verebilmekte yani tüketici refahında kayba neden olabilmektedir.

Piyasalar, daha yüksek fiyata satılan bir ürüne talebin azalması kaynaklı ortalama kârlılığın azaldığı ve daha düşük fiyatta satılan bir ürünün maliyeti nedeniyle kârlılığın azalıp satıcıların satmaya razı olmadığı noktada dengeye gelir. Dengeye olmayan piyasada bir ürünün arzı artarsa arz fazlası oluşacak ve fazla arzın alıcı bulması için mevcut fiyatı ödemeye razı olmayan kesim dâhil edilip talep artırılarak pazarı tekrar dengeye getirmek için fiyat düşecektir. Aksine bir ürünün arzı azaldığında talep fazlası oluşacağı için fiyat artar ki piyasa sadece daha yüksek fiyatı ödemeye razı alıcılarla dengeye gelsin. Eksik rekabet piyasalarında işletmeler, sahip olduğu pazar gücü sayesinde piyasaya arz edilecek çıktı miktarına etki edebilmektedirler. Dolayısıyla çıktı belirleme gücü olursa, işletmeler pazara sunulan arzı denge noktasından daha düşük noktada tutarak kârlılıklarını artırabilirler (bkz. Bölüm 2.3.2).

Havayolu taşımacılığında da bu durumla karşılaşılabilir. Bir şehir çifti pazarında, pazara mevcut talebin altında koltuk arz edildiği durumda, uçuşun doluluk oranı daha yüksek olacaktır. Ayrıca talep fazla olduğu için arz edilen koltukların ücreti talep içindeki daha fazla ödemeye razı alıcıları ayıklamak için daha yüksek olacaktır. Dolayısıyla yüksek pazar yoğunlaşması yüksek bilet fiyatlarına neden olacak dahası daha yüksek bilet fiyatlarını ödemeye razı olmayan yolcular havayolu taşımacılığından faydalanamayacak ve tüketiciye sağlanan fayda azalacaktır.

Pazardaki havayolu işletmesinin sayısının fazla olması ve yoğunlaşmanın az olması bir havayoluna olan talebin esnekliğini artırır. Bu durum havayolu işletmesinin arzını azaltıp fiyatlarını artırmasının önüne geçer. Çünkü rekabetin olduğu pazarda özellikle fiyata duyarlı olanlar olmak üzere yolcuların daha uygun fiyatlı havayolunu seçme güçleri olur (Cook ve Billig, 2017, s. 58). Havayolu taşımacılığında serbestleşme sonrasında pazara girişler oldukça yüksek seviyelere gelmiş, yoğunlaşma azalarak rekabet artmış ve

bu durum bilet ücretlerine yansımıştır. Serbestleşme öncesi ve sonrası dönemi inceleyerek artan rekabetin ve azalan yoğunlaşmanın bilet fiyatlarını azalttığını kanıtlayan pek çok çalışma vardır (Koran, 1983; Maillebiau ve Hansen, 1995; Schipper, Rietveld ve Nijkamp, 2002).

Diğer yandan yoğunlaşmanın fazla olduğu, işletmelerin az olduğu sektörlerde ya da pazarlarda işletmeler arası gizli anlaşmaların yapılabilirliği daha kolay olacağı için işletmeler fiyat rekabetinden kaçınarak pazara sundukları mal veya hizmetlerin fiyatlarını anlaşmalı bir şekilde artırıp arzlarını anlaşmalı şekilde düşürerek kârlılıklarını yüksek tutabilirler (Gündoğdu, 2010, s. 27-29). Bu durumda yüksek ücretlere katlanmak zorunda kalan tüketiciler olumsuz etkilenir. Başka bir açıdan bakıldığında ise başarılı ve etkin işletmeler rekabet avantajı kazanacağı için pazar paylarını artırıp büyürler. Bu durum yüksek yoğunlaşmaya yol açar. Ancak bu durumda işletmeler gizli anlaşmalarla fiyat artırarak değil serbest rekabet koşullarının içerisinde kazanan taraf olup talebi kendi üzerinde tuttuğu ve faaliyetlerini daha etkin gerçekleştirdiği için kârlılıkları yüksek olur. Gizli anlaşmalarla yükseltile fiyatın tüketiciyi olumsuz etkilediği açıktır. Buna karşın büyüdükçe maliyetleri azalan, faaliyet verimliliği artan havayolunun pazar gücü elde etmesi fiyatları artırdığı anlamına gelmez. Ancak her ne olursa olsun yoğunlaşmanın yüksek olması, pazarda yüksek paylara sahip az sayıda firma olması ve pazara giriş engellerinin bulunması bu az sayıdaki firmanın tekeli gücü elinde bulundurması anlamına gelir. İşletmelerin tekeli pazar gücünü elinde bulundurması fiyatları artırarak ve üretim çıktısını azaltarak toplumun olumsuz etkilenmesi tehdidini içerir (Hanlon, 2007, s. 113-115).

Eksik rekabetin olduğu havayolu taşımacılığında çıktının azalması, pazara arz edilen uçuş sıklığının azaltılmasıyla ya da daha küçük uçak kullanılmasıyla olabilir. Bunun yanında rekabet olmadığı yani talebi başka işletmenin toplama ihtimali olmadığı için uçuş sıklığının azaltılıp uçak boyutunun artırılması da olasıdır. Pazara arz edilen uçuş sıklığının azalması doluluk oranını yükseltip ortalama maliyetleri düşürecek ve yukarıda bahsedildiği gibi fiyatları artıracaktır. Dolayısıyla havayolu işletmesinin kârlılığı da artacaktır. Böylece tüketiciden işletmeye kaynak akışı olacaktır. Ancak uçuş sıklığının azaltılması sadece fiyatların artması değil kalitenin de azalması anlamına gelmektedir. Çünkü havayolu taşımacılığında uçuş sıklığı kalitenin önemli bir göstergesidir (Gil ve Kim, 2021).

Yoğunlaşmanın yüksek olduğu havayolu taşımacılığı pazarlarında havayolu işletmesinin kârlılığını artırmak için uçuş sıklığını azaltması fiyatın yanında pek çok açıdan tüketiciye sağlanan faydanın azalması demektir. Öncelikle uçuş sıklığının azalması yolcunun seyahat programını ayarlamasını zorlaştıracığı için toplam seyahat süresinin uzaması anlamına gelebilmektedir. Bu durum havayolu taşımacılığının önemli faydalarından olan zaman faydasının ortadan kalkmasına yol açabilmektedir. Tarife temelli bileşenler özellikle zamana duyarlı iş amaçlı yolcular için önem arz etmektedir. Bunun yanında pazara talepten az kapasite sunulacağı için istenilen uçuşa yer bulunması zorlaşmakta ve overbooking ihtimali artmaktadır. Bu durumda başka zamandaki uçuşlar tercih edilecek ya da daha yavaş ulaşım çeşitleri kullanılacak böylece yine toplam seyahat süresi uzayacaktır. Toplam seyahat süresini etkileyen diğer bir kalite unsuru havayolu işletmesinin zamanında kalkış performansıdır. Eksik rekabet havayolu işletmelerinin zamanında kalkış performanslarını olumsuz etkileyebilmektedir. Rupp vd. (2006), yaptıkları araştırmada rekabetin eksik, yoğunlaşmanın fazla olduğu rotalarda gecikmelerin de daha fazla olduğunu bulmuşlardır.

Yoğunlaşmanın yüksek olması sektörü de olumsuz etkileyebilmektedir. Rekabetin olmadığı ortamda kârlılık artışı için havayolu işletmesinin arzını kısıtlanması ve fiyat artırması nedeniyle reddedilmiş talep artar. Reddedilen talep ikame ulaştırma türlerine kaymaktadır. Talebin diğer ulaştırma türlerine kayması havayolu taşımacılığından diğer sektörler kaynağına sebep olur. Reddedilen talebin kaydığı sektör, yatırım alıp gelişim göstererek daha çok talebin oraya kaymasına yol açabilir. Bunun sonucunda havayolu taşımacılığı sektörünün gelişimi, dolayısıyla havayolu taşımacılığında toplumun sağladığı fayda olumsuz yönde etkilenir (Vasigh, Fleming ve Tacker, 2018, s. 254).

Yoğunlaşmanın, sektörün gelişimini ve dolaylı olarak tüketici refahını etkilediği diğer bir konu ise yeniliktir (inovasyon). Rekabetin olmadığı sektörlerde işletmeler araştırma-geliştirmeye ve teknolojik yeniliklere kaynak ayırmak istemeyebilir. Havayolu taşımacılığı sektörü teknolojik devir hızının yüksek olduğu bir sektördür. Bu nedenle teknolojik açıdan güncel olmanın; yeni uçaklara, ekipmanlara ve sistemlere sahip olmanın edinme maliyeti fazla olursa, rekabetin olmadığı pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler bunları karşılamak istemeyebilirler. Oliveira vd. (2022) araştırmalarında, pazar yoğunlaşmasıyla filo modernizasyonu arasında ters yönlü bir ilişkisinin olduğuna dair bulgulara ulaşmışlardır.

Sonuç olarak, eksik rekabetin olduğu ve yoğunlaşmanın yüksek olduğu havayolu taşımacılığı pazarlarında havayolu işletmeleri arzı azaltıp fiyatları artırabilir. Bunların yanında rekabetin olmaması; koltuk aralığı mesafesi, uçak içi yemek hizmeti ve diğer hizmetler gibi konfor temelli bileşenler ile uçuş sıklığı, zamanında kalkış performansı, aktarmasız uçuşlar ve birincil havaalanına uçuş yapılması gibi tarife temelli bileşenleri etkileyerek kalitesini düşürebilir. Ayrıca sektörün gelişimini ve dolaylı olarak tüketicilerin sektörden sağladığı faydayı olumsuz etkileyebilir. Tüm bunların sonucunda havayolu taşımacılığı sektöründe yüksek yoğunlaşma ve eksik rekabet tüketici refahını azaltabilmektedir.

2.7. Literatürde Havayolu Taşımacılığında Yoğunlaşmayı Ölçen Çalışmalar

Özellikle uluslararası düzeyde bakıldığında, literatürde havayolu taşımacılığı sektöründe pazar yoğunlaşmasını ölçen birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların bir kısmı pazardaki yoğunlaşma ve rekabetin durumunu ortaya koyarken, bir kısmı ortaya çıkan yoğunlaşmanın nedenleri veya sonuçları üzerinde de durmaktadır.

Clougherty (2002), 1983–1992 dönemi boyunca 21 gelişmiş havacılık ülkesi arasındaki uluslararası ülke çifti pazarlarının ve bu ülkelerdeki ulusal iç hatlar pazarlarının yoğunlaşmasını Herfindahl-Hirschman endeksi kullanarak analiz etmiştir. Araştırmanın sonucunda yurt içi pazar yoğunlaşmasının uluslararası pazardaki rekabet ile ilişkili olduğu ortaya çıkmaktadır. Ulusal pazardaki yoğunlaşmanın yüksek olması ve az sayıda işletmenin pazar hâkimiyeti elde etmesi, uluslararası pazardaki rekabetçi yapıyı etkileyerek ülkenin havayolu işletmelerinin pazar payının yüksek olmasını sağlamaktadır. Giaume ve Guillou (2004), Avrupa havayolu pazarında yoğunlaşmayı Herfindahl-Hirschman endeksini kullanarak ölçtükleri çalışmalarında fiyat farklılaştırması ile yoğunlaşma arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmalarının sonucunda Avrupa’da yoğunlaşmanın fiyat farklılaşması üzerinde ters yönlü etkisinin olduğu görülmektedir. Yoğunlaşmanın yüksek olduğu pazarlarda fiyat farklılaştırması daha az yapılırken daha rekabetçi pazarlarda havayolu taşımacılığı hizmetinin fiyatları daha fazla farklılık göstermektedir. Mantin ve Koo (2009), havayolu pazarındaki fiyat dağılımını etkileyen faktörler üzerine yaptıkları çalışmalarında, faktörlerden biri olarak pazar yoğunluğunu araştırmışlardır. ABD iç hatlar pazarında yoğunluğu ölçmede Herfindahl-Hirschman endeksini kullanmışlardır. Araştırmalarının sonucunda ABD iç hatlar pazarında farklı pazarlardaki farklı yoğunlukların fiyat dağılımına doğrudan etkisinin olmadığını

saptamışlardır. Buna karşın pazarda düşük maliyetli havayollarının olması fiyat dağılımını etkilemektedir. Johnston ve Ozment (2011), 1970-2009 yılları arasında ABD havayolu endüstrisindeki yoğunlaşmayı Herfindahl-Hirschman ve n-Firma Yoğunlaşma Oranı endeksleriyle analiz etmişlerdir. Analizlerinin sonucunda pazarların genişlemesine ve havayolu işletmesi sayısı artmasına rağmen yoğunlaşma oranının da arttığı görülmektedir. Ayrıca verilere göre bu tarihler arasında havayolu taşımacılığında maliyetlerin azaldığı belirtilmiştir. Yeni havayolu işletmelerinin pazara girmesiyle artan rekabet koşullarına karşın yoğunlaşmanın azalmayıp artması ve maliyetlerde düşüşün gözlenmesi sonucu havayolu sektöründe ölçek ekonomisinden söz edilebileceğini ortaya koymuşlardır. Yang (2016), Taipei, Şanghay, Seul ve Tokyo havaalanı çifti pazarlarındaki doğrudan uçuşları ele alarak bu uçuşlara olan yolcu taleplerini ve etkili faktörler arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bu pazarlardaki yoğunlaşmayı ölçmek için Herfindahl-Hirschman endeksini kullanmıştır. Araştırmasında pazara düşük maliyetli havayollarının girmesi ile yoğunlaşmanın azaldığı, bu durumun da özellikle pazara giriş sonrası ilk üç ayda yolcu taleplerinde önemli ölçüde artışa yol açtığı görülmektedir. Yaşar ve Kiracı (2018), tüm dünyadaki havayolu işletmelerinin küresel toplamdaki pazar paylarını ele alarak yaptığı çalışmalarında, 2006-2015 yılları arasındaki yoğunlaşma ve rekabet düzeyini; n-firma yoğunlaşma oranı, Herfindahl-Hirschman Endeksi, Entropi Endeksi ve Kapsamlı Yoğunlaşma Endeksi yöntemlerini kullanarak analiz etmişlerdir. Çalışmalarında öncelikle tüm dünyayı bir pazar olarak ele almış daha sonra yedi ayrı bölgeye ayırarak yedi büyük bölgesel pazar olarak değerlendirmişlerdir. Küresel düzeyde ya da büyük bölgeler düzeyinde ele alınarak bakıldığında havayolu taşımacılığı endüstrisinde yoğunlaşma düşüktür. Ancak bazı bölgelerde pazar yoğunlaşmasının geçmiş yıllara kıyasla arttığı ortaya çıkmaktadır. Oliveira ve Oliveira (2018), Brezilya iç hatlar havayolu taşımacılığı şehir çifti pazarlarında 2002-2013 yılları arasında pazar yoğunlaşmasını Herfindahl-Hirschman ve n-Firma Yoğunlaşma Oranı endeksleriyle ölçmüşlerdir. Yıllar içinde değişen yoğunlaşma oranını çeşitli değişkenlerle ilişkilendirmişlerdir. Elde ettikleri sonuca göre yıllar içerisinde artan yolcu trafiğinin, yoğunluk ekonomisi kaynaklı (bkz. Bölüm 2.5.2.1.1.) yoğunlaşmayı artırıcı etkisinden çok pazara girişi teşvik edici etkisi ön plandadır. Bu nedenle yolcu trafiği artışı ile pazar yoğunlaşması arasında ters yönlü bir ilişki görülmektedir. Ayrıca altyapı, kapasite ve slot kısıtlamaları mevcut havayolu işletmelerinin dikey kapasite artışına (uçak büyütme gibi) neden olurken yeni girecek havayolu işletmeleri için dezavantaj olması dolayısıyla

yoğunlaşmayı artırmaktadır. Bunların yanında havalimanı özelleştirmesi, pazara hâkim havayolu ile havalimanının arasındaki iş birlikleri ve dikey birleşmeler nedeniyle yoğunlaşmayı artırmaktadır. Zhang vd. (2020), Çin'deki hızlı tren taşımacılığının havayolu pazarı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Pazar yoğunlaşmasını ölçmek için Herfindahl-Hirschman endeksi ve Pazar gücünü ölçmek için Lerner endeksi kullanmışlardır. Araştırmada hızlı tren taşımacılığı ile havayolu endüstrisi yoğunlaşması arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken, hızlı tren taşımacılığının başladığı rotalarda Çinli havayolu işletmelerinin pazar gücünün azaldığı görülmektedir. Grosche, Klopau ve Seredyński (2020), Air Berlin'in iflasının Almanya havayolu taşımacılığı pazarına etkisini ortaya çıkarmak için iflas öncesi ve sonrası pazar yoğunluğunu yüksek hızlı treni de dâhil ederek Herfindahl-Hirschman endeksiyle ölçmüşlerdir. Araştırmalarında "hizmet kalitesi endeksi" oluşturmuşlar ve seferlere; toplam seyahat süresine, günün hangi saatinde olduğuna, aktarma sayısına ve haftalık frekansa göre ağırlık puanı atamışlardır. Yoğunlaşma ölçümü için pazar payları olarak ise ağırlık puanlı sefer frekansı verisini kullanmışlardır. Araştırmalarının sonucuna göre Air Berlin'in iflasından sonra Almanya'da hem iç hatlar hem dış hatlar pazarında yoğunlaşma artmıştır. Özellikle iç hatlar havayolu pazarında artış daha fazla olmuş, Lufthansa Group baskın hale gelmiş ve pazar yapısı monopole yaklaşmıştır. Avcı ve Ateş (2022), JFK (New York - John F. Kennedy) havaalanında havayolu işletmelerinin sahip oldukları sezonluk slotlar üzerinden yoğunlaşma analizi yaptıkları çalışmalarında n-Firma Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl-Hirschman endekslerini kullanmışlardır. Slotlar pazar payı kabul edilerek hesaplanan pazar yoğunlaşması oldukça yüksektir. Araştırmalarının sonucuna göre slot tahsis yöntemindeki "büyükbaba hakları" kuralı pazar yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Slotu olmayan bir havayolu işletmesi "havuz sistemi" sayesinde slot alabilse de sadece yeni giren havayolu işletmelerine avantaj sağlayan bu sistem pazar payı az olan havayolu işletmelerinin paylarını artırmasını sağlayamamaktadır. Oliveira vd. (2022), Brezilya iç hatlar pazarında, pazar yoğunlaşmasıyla havayolu işletmelerinin inovasyonu benimsemesi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Şehir çifti pazarlarındaki yoğunlaşmayı ücretli yolcu payları üzerinden Herfindahl-Hirschman endeksiyle hesaplamışlardır. İnovasyonu benimseyici davranışı ise filo modernizasyonu üzerinden ele almışlardır. Araştırmalarında yüksek pazar yoğunlaşması ile filo modernizasyonu arasında ters yönlü bir ilişkiyi destekleyen sonuçlara ulaşmışlardır.

Küresel pazar ya da Türkiye dışındaki bazı ülkelerin pazarlarında yapılan araştırmaların bir kısmı bu şekilde iken Türkiye için yapılan araştırmalar da mevcuttur. Sarıbaş ve Tekiner (2015), Türk Sivil Havacılık Sektöründe yoğunlaşma derecesini ölçmek ve rekabet durumunu ortaya koymak amacıyla 2011-2013 yılları arasındaki durumu ele almışlardır. Belirtilen dönemlerde yoğunlaşma ölçümü için, havayolu işletmelerinin yolcu trafiğindeki yıllık pazar payları üzerinden n-Firma Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl-Hirschman endekslerini kullanmışlardır. Endekslere göre Türk Sivil Havacılık Sektöründe yoğunlaşma oranı oldukça yüksektir ve rekabet açısından sektör oligopol piyasa yapısına yakındır. Daha sonra Türk Hava Yollarını araştırma kapsamı dışında tutarak diğer havayolu şirketleri üzerinden değerlendirme yapmışlar ve yoğunlaşmanın çok daha düşük seviyelerde olduğunu tespit etmişlerdir. Buradan Türk Sivil Havacılık Sektöründe yoğunlaşmanın yüksek olmasının nedeninin toplam piyasa payının yaklaşık yarısını elinde bulunduran Türk Hava Yolları olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kiracı vd. (2017), Türkiye’deki en büyük beş havalimanının 2012-2015 yılları arasındaki yoğunlaşma oranını ve rekabet düzeyini analiz etmek için n-Firma Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl-Hirschman Endeksi kullanmışlardır. Araştırmalarının sonucunda Türkiye’deki havalimanlarının piyasa yapısının rekabetten uzak ve monopole yakın olduğunu belirtmişlerdir. Piyasaları rekabetçi hale getirmek için kamu havayollarına tanınan ayrıcalıklardan kaçınılması, piyasanın yeniden düzenlenerek rekabet artırıcı uygulamaların gerçekleştirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Yaşar ve Gere (2018), Türkiye’de iç hat havayolu taşımacılığında 2012-2014 yılları arasında her bir şehir çiftini ayrı bir pazar olarak ele alarak yoğunlaşma analizi yapmışlardır. Türkiye’deki 1447 şehir çifti pazarına ait yoğunlaşmayı ölçmek için; n-firma yoğunlaşma oranı, Herfindahl-Hirschman Endeksi ve Entropi Endeksi kullanmışlardır. Çalışmalarının sonucunda, Türkiye’de iç hat havayolu taşımacılığında bütün şehir çifti pazarlarının yoğunlaşmasının fazla ve pazarların rekabetten uzak olduğu görülmektedir. İç hat pazarlarının oligopol özellikleri dahi taşımadığı, çoğunlukla monopol ve duopol yapıda oldukları anlaşılmaktadır. Yaşar (2023), havayolu taşımacılığı pazarında talebi ve havayolu işletmesi sayısını belirleyen faktörleri araştırdığı çalışmada pazarların yapısını da incelemiştir. Türkiye’deki 28 havaalanında 2007-2018 aralığı için pazar yoğunlaşmasını Herfindahl-Hirschman endeksiyle ölçmüştür. Araştırmanın yoğunlaşma kapsamındaki bulgularına göre; Türkiye’nin belirtilen yıllarda en fazla trafiğe sahip havaalanı olan Atatürk Havalimanında yoğunlaşma artarken diğer yüksek trafikli

havaalanlarının bir kısmının yoğunlaşma değerin azalma eğiliminde, genelinde dalgalı seyirde olduğu görölmektedir. Bu havaalanlarının dışındaki nispeten daha az trafiğe sahip havaalanlarına bakıldığında ise yoğunluğunda pazar yoğunlaşmasının azaldığı ortaya koyulmuştur.

Türkiye havayolu taşımacılığında rekabeti ve yoğunlaşmayı analiz eden geçmiş yıllardaki çalışmalara bakıldığında yoğunlukla yapıldıkları tarihlerdeki veri kısıtlılığı nedeniyle birkaç senelik dönemi kapsayan analizler oldukları görölmektedir. Bunun yanında yakın tarihteki güncel çalışmanın daha uzun bir dönemi kapsamına karşın küresel salgın ve iflaslar sonucunda pazardaki dalgalanmalardan önceki dönemi ele alması dolayısıyla bu etkileri de ölçen çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca Türkiye için yapılan çalışmalarda pazar yoğunlaşmasının ve pazar yapısının ortaya konulmasının amaçlandığı ancak yoğunlaşmanın sonuçlarının analiz edilmediği görölmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE İÇ HATLAR HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI PAZARINDA YOĞUNLAŞMA VE TOPLUMA SAĞLANAN FAYDA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Türkiye’de havayolu taşımacılığı 20 Mayıs 1933 tarihinde Milli Savunma Bakanlığına bağlı Havayolları Devlet İşletme İdaresi’nin kurulmasıyla başlamıştır. Öncesinde askeri amaçlar için kullanılan 5 uçağın yolcu ve yük taşımaya uygun hale getirilmesiyle taşımacılık hizmeti vermesi mümkün kılınan bu kurumun ilk faaliyetleri Eskişehir-Ankara hattında gerçekleştirdiği tarifeli posta taşımacılığıdır. 1938 yılında Devlet Hava Yolları Umum Müdürlüğü adını alarak Bayındırlık bakanlığına, 1943 yılında da Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığına bağlanan kurum, o dönemlerde aynı zamanda havaalanlarının işletilmesinden de sorumludur (Gerede ve Orhan, 2015, s. 167; DHMİ, 2023, s. 14).

II. Dünya Savaşı kaynaklı, uçakların teknolojik olarak gelişmesiyle savaş sonrası havayolu taşımacılığı sektörüne bu gelişme yansımış ve sektör dünyada artık önemli bir konuma ulaşmıştır. Sektörü uluslararası alanda düzenlemek; emniyetli, etkin ve ekonomik olarak gelişimini desteklemek için dünya devletleri 1944 yılında Şikago’da bir araya gelerek Sivil Havacılık Sözleşmesi’ni imzalamıştır. Bu toplantıya katılan üye ülkeler arasında yer alan Türkiye, sözleşmeyi 1945 yılında imzalayarak taraf olan devletler arasında yer almıştır. Daha sonra bu gelişim sürecinin devamı olarak uluslararası alanda ilişkileri düzenli yürütmek, ulusal çıkarları korumak ve ülkenin sivil havacılık gelişimini desteklemek için 1954 yılında günümüzdeki adı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü olan Sivil Havacılık İdaresi kurulmuştur (DPT, 1990, s. 1; Korul ve Küçükönel, 2003). Sektördeki gelişim sonucunda hem havayolu işletmeciliği hem havaalanı işletmeciliği yapan Devlet Hava Yolları Umum Müdürlüğü’nün bu faaliyetleri 2 ayrı kurum olarak gerçekleştirmesi uygun görülmüştür. Bunun üzerine 1955 yılında havayolu işletmeciliği 6623 sayılı Kanun’la Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı (THY A.O.) sorumluluğuna, 1956 yılında da havaalanı işletmesi ve hava trafik yönetimi faaliyeti 6686 sayılı Kanun’la Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü (DHMİ) sorumluluğuna verilmiştir (DHMİ, 2023, s. 14). Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında 1980’lerin ortalarına kadar devlet bünyesinde olan Türk Hava Yolları tekel olarak taşımacılık hizmeti vermiştir (Özsoy, 2010, s. 97).

1978 yılında ABD’nin, toplumun havayolu taşımacılığından sağladığı faydayı artırmak amacıyla rekabetçi bir pazar oluşturmak için iç hatlarındaki sıkı düzenlemeleri

serbestleştirmesi hareketi sonraki yıllarda tüm dünyaya yayılmıştır (Doganis, 2019, s. 30). Türkiye de 1983 yılında yürürlüğe koyduğu 2920 Sayılı Havacılık Kanunu ve sonrasında bu kanuna dayanarak hazırlanan Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği (SHY-6A) ile iç ve dış hatlarını daha serbest düzenlemelere tabi tutarak özel havayolu işletmelerinin pazara girişini mümkün kılmıştır. Bu tarihten itibaren birçok havayolu işletmesi kurularak faaliyete başlamıştır. Artık Türkiye’de iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarı monopol pazar yapısından çıkmış ve pazarda rekabet söz konusu olmuştur. 1983 yılındaki düzenlemeler pazara girişi serbest tutsa da fiyat ve kapasite konusunda kısıtlayıcı ve kontrol edici maddeleri nedeniyle tamamen serbest bir rekabet ortamı yaratıldığı söylenemez (Gerede, 2011b).

1983 yılı itibariyle sektör hızlı gelişim göstermiş, 1992 yılına kadar sektöre 22 havayolu işletmesi giriş yapmıştır. Nitekim pazara giriş yapan havayolu işletmelerinin çoğu; sektörel anlamda bilgi ve tecrübe eksikliği, kalifiye personel ve altyapı yetersizliği, finansal problemler, ekonomik kısıtlamalar, yüksek ücret ve vergiler gibi nedenlerle faaliyetlerini uzun süre sürdürememiştir. Sektöre giriş yapan havayolu işletmelerinin büyük bölümü iç hatlarda karşılaşılan zorluklarla birlikte turizme yapılan yatırımlar ve Türk göçmenlerin havayolu taşımacılığına yönelmesi ile artan talep neticesinde iç hatlardan ziyade dış hatlarda charter seferleri icra etmişlerdir (Özsoy, 2010, s. 99-100; Gerede ve Orhan, 2015, s. 173-174). Bu nedenle iç hatlarda pazar yoğunlaşması fazladır ve THY pazara hâkim işletme konumunu sürdürmektedir. Tablo 3.1’de özel havayolu işletmelerinin iç hatlarda taşınan yolcu sayısına göre pazar payları görülmektedir (Gerede, 2010). 1995 yılı istatistiklerine göre iç hat ticari uçak trafiğinde THY’nin pazar payı %82,4 iken özel havayolu işletmelerinin pazar payı %17,6’dır (Kaya, 1997, s. 31). Bu dönemde hem tarifeli hem tarifesiz seferler düzenleyen iç ve dış hatların ikisinde de hizmet vererek uzun süre iç hatlarda THY ile rekabet edebilen tek havayolu işletmesi İstanbul Havayollarıdır. İstanbul Havayolları 1987’de faaliyete başlamış ve 2000 yılına kadar faaliyetini sürdürmeyi başarmıştır (Özsoy, 2010, s. 99).

Tablo 3.1 Özel havayolu işletmelerinin iç hatlar pazar payı (Gerede, 2010)

Sene	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Pazar Payı (%)	6,6	4,1	6,8	13,4	17,1	11,7	6,7

Pazara serbestçe girip iflas eden çok sayıda havayolunun olmasının sektöre zarar verdiğinin düşünülmesi nedeniyle 90'lı yıllara gelindiğinde mevzuatta düzenlemeler yapılmıştır. 1992 ve 1994 yıllarında Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği (SHY-6A) pazara giriş engeli oluşturarak girişi zorlaştıracak olan; filoda bulunması gereken en az uçak sayısı, sahip olunması zorunlu ödenmiş sermaye miktarı, verilmesi gereken teminat mektubu gibi kısıtlamalarla düzenlenmiştir. Sonrasında 1996 yılında alınan SHGM kararlarıyla THY'nin rekabetten olumsuz etkilenmesini önlemek amacı taşıyan yeni pazara giriş engelleri oluşturulmuştur. Bu kararlara göre özel havayolu işletmelerinin pazarda faaliyet gösterebilmesi için; THY'nin ilgili havaalanı çifti pazarında bulunmaması, bulunuyorsa ilgili günde uçuşunun olmaması ya da uçuşu varsa da talebi karşılayamıyor olması gereklidir. Bunun yanında iç hatlarda talebin fazla olduğu havaalanı çifti pazarlarında uçuş yapmak isteyen özel havayolu işletmeleri talebin fazla olmadığı havaalanı çifti pazarlarında da uçuş yapmak zorundadır. Ayrıca talebin yoğun olduğu yaz sezonunda tarifeli uçuş yapıyorlarsa kış sezonunda da uçuş yapmalıdırlar (Çetin ve Benk, 2011, s. 199-200; Gerede ve Orhan, 2015, s. 175-176).

Bu yıllarda THY'ye avantaj sağlayan ve pazardaki rekabetçi yapıyı bozan başka bir düzenleme de slot konusunda gerçekleşmiştir. Havayolu işletmelerinin yoğun havaalanlarına girişi için gerekli olan slotların tahsisi ve koordinasyonunu gerçekleştirmek üzere Slot Koordinatörlüğü Merkezi kurulmuş, bu merkezin de yönetim sorumluluğu THY'ye verilmiştir (Göktepe, 2007).

1983 yılındaki serbestleşmenin 90'lı yıllardaki düzenlemelerle sıkılaştırılması özellikle iç hatlarda pazarın rekabetçi yapıdan uzaklaşmasına neden olmuş, serbestleşmeden beklenen fayda sağlanamamıştır. Ancak 2000'li yıllara gelindiğinde özellikle iç hatlarda önemli serbestleşme hareketleri gerçekleştirilmiştir. 2001 yılında, önceden bakanlık onayına tabi olan fiyat ve kapasitenin, havayolları tarafından pazar koşullarına göre serbestçe belirlenmesine olanak veren kanun değişikliği yapılmıştır. Serbestleşmenin zeminini hazırlayan bu adımdan sonra 2003 yılında pazara girişe büyük engel oluşturan 1996 tarihli SHGM kararları tamamen kaldırılarak Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarını serbestleştirecek tarihi bir adım atılmıştır. İç hatlar pazarı artık; girişin serbest olduğu, kapasitenin ve fiyat tarifelerinin serbest piyasa koşullarına göre işletmeler tarafından belirlenebildiği rekabet edilebilir bir pazar konumuna gelmiştir. Bunun ötesinde sektörün gelişimini sağlamak ve toplumun havayolu taşımacılığından sağladığı faydayı artırmak amacıyla havaalanı kullanım ücretleri ve vergiler azaltılarak

havayolu işletmelerinin iç hatlar pazarına girişi teşvik edilmiştir (Özsoy, 2010, s. 105; Gerede ve Orhan, 2015, s. 187).

Bu gelişmelerin yanında, özel havayolu işletmelerine dezavantaj oluşturan ve rekabetçi yapıya zarar veren bazı hususlarda gelişmeler yaşanmıştır. Özel havayolu işletmelerinin yaşadıkları sorunların da etkisiyle adil rekabet ortamının oluşması adına 2005 yılında slot koordinasyon sorumluluğu THY'den alınarak SHGM'ye (2010 yılında ise DHMİ'ye) verilmiştir (Göktepe, 2015, s. 244). Ayrıca 1990 yılında sadece %1,8'i halka arz edilerek özelleştirmeye açılan THY'nin, 2004 ve 2006 yıllarında halka arz edilen paylardan sonra toplamda yaklaşık %51'i özelleşerek kamu payı yarının altına düşmüştür (Çetin ve Benk, 2011; Yılmaz, 2016). THY'nin özelleştirilmesi hem verimliliğinin artması hem de özel havayolu işletmeleriyle daha adil bir rekabet ortamı yaratılması açısından önemli bir adımdır. Sermaye yapısı bakımından özelleştirilmeye çalışılan THY, yönetim yapısı bakımından kamunun kontrolünde kalmaya devam etmiştir. Ayrıca havaalanı terminal işletmeciliği tarafında da özelleştirmeler yapılmış en yoğun olan havaalanlarının terminalleri özel işletmeler tarafından işletilmeye başlanmış, yap-işlet-devret modeliyle yeni havaalanları inşalarına başlanarak sektörün hızlı gelişimi desteklenmiştir (Özsoy, 2010, s. 106).

Özellikle 2003 serbestleşmesi olmak üzere, 2001-2006 yılları arası rekabetçi yapıyı sağlamak için alınan kararlar Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarını başka bir boyuta taşımıştır. 2003 yılı öncesinde dış hatlar pazarında charter seferlerle havayolu taşımacılığı yapan; Fly Havayolları, Onur Havayolları, Atlas Jet, Pegasus Havayolları ve SunExpress 2003-2006 yılları arasında sırasıyla iç hatlar tarifeli havayolu taşımacılığı pazarına girmişlerdir. Faaliyetini birkaç yıl sürdürebilen Fly Havayolları ve sonrasındaki kısa süreli girişimi bulunan birkaç havayolu işletmesi hariç tutulduğunda, o yıllarda iç hatlar pazarına giren havayolu işletmelerinin 1983 serbestleşmesine kıyasla pazarda tutunabildiği görülmektedir. Sektörün büyümesi kaynaklı THY'nin iç hatlar pazarında taşıdığı yolcu sayısı artsa da pazar payı azalmaya başlamıştır. Artan uçuş noktalarına daha düşük maliyetlerle arz sağlayarak rekabet edebilmek için 2008 yılında kendi bünyesinde düşük maliyetli havayolu modeli olarak Anadolu Jet alt markasını kurmuş ve faaliyetlerinin bir kısmını bu alt markayla gerçekleştirmeye başlamıştır. 2010 yılında ise daha küçük yerleşimlerden merkez havaalanlarına iç hatlar taşımacılığı yapan bölgesel havayolu modelinde olan özel sektör işletmesi Borajet kurulmuştur (Gerede ve Orhan, 2015, s. 188-190).

Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı, serbestleşmeyi takip eden senelerde kısa sürede oldukça büyük gelişim göstermiştir. Pazardaki rekabetçi yapı artmış, pazar yoğunlaşması azalmıştır. Bunun sonucunda; gerçekleştirilen uçuş sayısı, ülke içinde uçulan nokta sayısı, taşınan yolcu sayısı ve istihdam edilen personel sayısında büyük artış yaşanmıştır. Yeni uçuş noktalarına ek olarak merkez seçilen havaalanı sayısı artmış, yeni rotalar ve çapraşık ağ yapısı ortaya çıkmıştır. Serbestleşmenin topluma sağlanan faydayı artırdığı açıkça görülmektedir. Rekabet eden havayolları, yeni uçuş noktaları, düşen bilet fiyatları ve artan uçuş sıklığı; yolcuların seçeneklerini artırmış, toplam seyahat süresini ve seyahatin maliyetini azaltarak tüketici refahını oldukça yükseltmiştir. Tablo 3.2, serbestleşme sonrasındaki birkaç yılda pazarın hızlı gelişimini göstermektedir.

Tablo 3.2 İç hatlar havayolu taşımacılığı pazarının serbestleşme sonrası gelişimi (DHMI)

Sene	Yolcu Trafiği (000)	Ticari Uçak Trafiği (000)	THY Yolcu Pazar Payı (%)	Özel Havayolları Yolcu Pazar Payı (%)
2002	8.698	112	98,93	1,07
2003	9.125	113	96,98	3,02
2004	14.428	151	70,36	29,64
2005	19.943	205	61,63	38,37
2006	26.644	261	56,00	44,00

3.1. Araştırmanın Problemi

2003 yılındaki serbestleşme politikasıyla Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarı rekabete açılmıştır. 2003-2006 yılları arasında birçok havayolunun pazara girmesi, politika yapıcılarının da karar ve teşvikleri sonucu sektör hızlı gelişim göstermiş; düşen bilet ücretleri, artan uçuş noktaları ve uçuş sıklığı toplumun iç hatlarda havayolu taşımacılığından elde ettiği faydanın yükselmesini sağlamıştır. Nitekim 2011 yılından sonra iç hatlar pazarına giren oyuncu olmamıştır. Üstelik 2023'e kadar olan süreçte serbestleşme sonrası pazara giren havayolu işletmelerinin çoğu pazardan çıkmıştır.

Bu araştırmanın problemini; Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarındaki rekabet ve yoğunlaşmanın günümüze kadar olan süreçteki değişimi ve bu değişimin iç hatlarda topluma sağlanan fayda üzerindeki etkisi oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı faaliyetlerinden sağlanan toplumsal faydanın artırılmasına yönelik öneri geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda iç hatlar havayolu taşımacılığında rekabetçi yapının bir göstergesi olan pazar yoğunlaşmasının belirlenmesi, yıllar içindeki değişiminin incelenmesi ve toplumun havayolu taşımacılığından elde ettiği fayda üzerine etkisinin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir.

Literatürde birçok sektörde yoğunlaşma ve rekabeti ölçen çalışmalar mevcuttur. Havayolu taşımacılığı için yapılan benzer çalışmalar olsa da Türkiye için yapılanların sayısı kısıtlıdır. Bunun nedeninin Türkiye’de iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında sıkı düzenlemeler sebebiyle rekabetin çok eski bir tarihe dayanmaması olarak gösterilebilir. Bu nedenle Türkiye’de rekabetin ölçülmesi için yapılan geçmiş çalışmalar daha dar bir zaman aralığını ele almak durumunda kalmışlardır. Ayrıca literatürde pazar yoğunlaşmasının değişimini tüketiciye sağlanan fayda açısından ampirik olarak değerlendiren, iç hatlar pazarında taşınan yolcu sayısı ve arz edilen uçuş sayısı üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır.

Geçen zamanda, rekabetçi pazarda daha çok yıl geçirilmesi nedeniyle geçmiş çalışmalara göre daha geniş bir veri havuzunun oluşması, özellikle de Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığında pazar payları oranlarının değişmesini sağlayacak olan pazardan bazı havayolu işletmelerinin çekilmesi gibi gelişmelerin yaşanması bu araştırmanın yapılmasını önemli kılmaktadır. Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında yoğunlaşmanın ve rekabetçi yapının yıllar içinde değişiminin ve bu değişimin tüketiciye sağlanan fayda üzerindeki etkisinin ortaya koyulmasının; literatüre, politika yapıcılara, sektörün gelişimine, pazara yeni girmeyi düşünen havayolu işletmelerine ve bunlar üzerinden havayolu taşımacılığının tüketicileri olan topluma katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı

Çalışmada pazar kavramını Türkiye iç hatlar havayolu yolcu pazarı oluşturmaktadır. Daha detaylı ifadeyle çalışmada rekabetçi yapının analiz edildiği, yoğunlaşmanın ölçüldüğü pazar Türkiye içerisinde herhangi iki nokta arasında seyahat etmeyi talep edenler ile bu talebe karşılık havayolu taşımacılığı hizmeti sağlayan havayolu işletmelerinin bir araya geldiği yere karşılık gelmektedir. Literatürde rekabetin

çoğunlukla iki havaalanı ya da iki şehir arasında analiz edildiği görülmektedir. Ancak çalışmada, Türkiye iç hatlarda faaliyet gösteren havayolu işletmelerinin belirli iki noktada uçuşları olmasa bile o havaalanı çifti pazarında yer alma potansiyeli olması nedeniyle rekabet eden taraflardan kabul edilir. Çünkü Türkiye iç hatlarda taşıma ruhsatı olan bir havayolu işletmesi iki nokta arası talebin artması durumunda pazara giriş engellerini aşabilirse o noktalara uçuş planlayabilir hatta merkez (base) oluşturabilir. Dolayısıyla Türkiye içerisinde iki nokta arası uçuşu olmayan havayolunun da o pazarın oyuncusu olduğu kabul edilmektedir. Rekabet sahası Türkiye'nin tamamı, rekabet eden taraflar ise Türkiye iç hatlarda herhangi iki noktada uçuşu olan ya da uçuş planlama potansiyeli olan tüm havayolu işletmeleridir.

Havayolu işletmelerinin 1 yıl içerisinde Türkiye iç hat uçuşlarında taşıdığı yolcu sayısının, o yıl ülkede iç hat uçuşu yapan toplam yolcu sayısına oranı havayolu işletmesinin pazar payına karşılık gelmektedir. Çalışma, 2000-2023 yılları arasında olmak üzere 24 yıllık süreçteki pazar paylarını kapsamaktadır. 2003 yılı serbestleşme hareketi öncesinde iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında yoğunlaşmanın eksik rekabet nedeniyle oldukça fazla olması ve pazarın neredeyse tamamının THY tekelinde olması bu yıl öncesindeki yoğunlaşma değişiminin analize değer olmadığını göstermektedir. Ancak o yıllardaki değişmeyen yüksek yoğunlaşma durumunu da ortaya koyabilmek adına analiz 2003 yılı yerine 2000 yılından başlayarak günümüzdeki son yıllık veriyi içeren 2023 yılıyla son bulmaktadır.

Çalışmanın kapsadığı yıllarda Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında tarifeli taşımacılık faaliyetinde bulunan havayolu işletmelerinin bilgileri Tablo 3.3'te yer almaktadır.

Tablo 3.3 2000 yılı sonrasında Türkiye tarifeli iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren havayolu işletmeleri

ICAO Kodu	Havayolu	İş Modeli	Faaliyete Başlama*	Faaliyeti Sonlandırma	Esas Merkez
THY	Türk Hava Yolları	Geleneksel - Düşük Maliyetli**	20.05.1933	Devam	İstanbul (IST) - Ankara (ESB)
PGT	Pegasus Hava Yolları	Düşük Maliyetli	01.11.2005	Devam	İstanbul Sabiha Gökçen (SAW)
SXS	SunExpress	Düşük Maliyetli	26.03.2006	Devam	Antalya (AYT)

Tablo 3.3 (Devam) 2000 yılı sonrasında Türkiye tarifeli iç hatlar havayolu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren havayolu işletmeleri

FLM	Fly Havayolları	Düşük Maliyetli	20.10.2003	25.01.2007	İstanbul (IST)
OHY	Onur Air	Düşük Maliyetli	09.12.2003	25.03.2020	İstanbul (IST)
KKK	Atlas Global	Geleneksel	01.07.2004	12.02.2020	İstanbul (IST)
BRJ	Bora Jet	Bölgesel	07.05.2010	24.04.2017	İstanbul Sabiha Gökçen (SAW)
TRK	Turkuaz Havayolları	Düşük Maliyetli	22.09.2010	17.12.2010	Ankara (ESB)
SHY	Sky Havayolları	Düşük Maliyetli	15.01.2011	03.08.2011	Antalya (AYT)

* Faaliyete başlama tarihi işletmelerin kuruluş yılını değil iç hatlarda tarifeli seferlere başlama tarihlerini belirtmektedir. Başlama tarihleri Özsoy'un (2010) çalışmasından alınmıştır.

** Türkiye iç hatlar havayolu pazarında IST merkezli geleneksel iş modeline sahip Türk Hava Yollarına ait uçuşların bir kısmını, bünyesinde kurulan ESB merkezli düşük maliyetli taşıyıcı gibi faaliyet gösteren tek tip (ekonomi sınıfı) oturma düzenine sahip Anadolu Jet gerçekleştirmektedir. Bu nedenle Türk Hava Yolları iç hat uçuşlarını hem geleneksel modelde hem de bünyesindeki Anadolu Jet'le düşük maliyetli modelde gerçekleştirmektedir.

Türkiye iç hatlar tarifeli havayolu taşımacılığı faaliyetinde bulunmayan ancak iç hatlarda yıllık taşınan toplam yolcu sayısında tablodaki havayolu işletmelerinden daha küçük oranlarda payı olan Corendon Havayolları, Freebird Havayolları ve Tailwind Havayolları olmak üzere charter havayolu işletmeleri vardır. Ayrıca 2006 yılında İzAir (İzmir Havayolları) charter uçuş faaliyetine başlamış iç ve dış hatlarda Pegasus Havayolları iş birliğiyle uçuşlar gerçekleştirmiştir. 2011 itibarıyla sadece Pegasus Havayolları adına uçuş gerçekleştiren işletme, 2018 yılında Pegasus Havayollarıyla birleşmiştir. Bunların yanında pazarda faaliyet gösteren kargo havayolu işletmelerinden (MNG, ACT ve ULS havayolları) biri olan MNG Havayolları, 2002-2006 yılları arasında charter yolcu taşımacılığı da yapmıştır. Bu havayolu işletmeleri; iç hatlarda taşınan toplam yolcu sayısındaki paylarının diğer havayolu işletmelerine göre oldukça az olması ve esas faaliyet alanlarının yurtdışı charter uçuşlar olması nedeniyle iç hatlar havayolu pazarı rakip işletmeleri arasında kabul edilmemektedir. Bu yüzden iç hatlarda taşınan

toplam yolcu sayısı ve gerçekleştirilen toplam uçuş sayısı içindeki payları göz ardı edilmiştir.

Verilerin elde edildiği DHMİ istatistik yıllıklarında, 2010 yılı öncesindeki havayolu pazar paylarına DHMİ'nin işletmeciliğini yapmadığı havaalanları dâhil edilmemiştir. Bu havaalanlarına bakıldığında iç hatlar havayolu taşımacılığında oldukça az uçuş yapılan birkaç havaalanının yanında Pegasus Havayollarının da iç hat tarifeli uçuşlara başlamasıyla 2005-2009 yıllarında yolcu sayısı artan Sabiha Gökçen Havaalanı dikkat çekmektedir. Ne yazık ki belirtilen nedenden dolayı 2010 öncesindeki pazar payları ve dolayısıyla yoğunlaşma analizi DHMİ'nin işletmeciliğini yapmadığı havaalanlarını kapsamamaktadır. Bu hava alanlarındaki yolcu trafiğinin toplam iç hatlar yolcu trafiğine oranı, en yüksek olan 2009 yılında %12'dir.

DHMİ faaliyet raporlarında ve istatistik yıllıklarında yayınlanan pazar paylarında Türk Hava Yolları ve bünyesindeki Anadolu Jet birlikte ele alınmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada da Türk Hava Yolları ve Anadolu Jet'in pazar payları tek bir işletme olarak ele alınacaktır. Zaten aynı bünyede olmaları nedeniyle rakip havayolu işletmeleri olarak düşünülmemeyecekleri için tek bir işletme olarak değerlendirilmeleri anlamlıdır.

Çalışmada, toplumun iç hatlar havayolu taşımacılığında sağladığı faydanın göstergesi olarak yıllık iç hatlarda havayolu taşımacılığını kullanan toplam yolcu sayısı ve pazara arz edilen toplam uçuş sayısı ele alınmaktadır. Bu kapsamda pazar yoğunlaşmasının yıllık değişim oranıyla iç hatlarda havayolu ile taşınan yolcu sayısının yıllık değişim oranı ve pazara arz edilen uçuş sayısının yıllık değişim oranı analiz edilmektedir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

3.4.1. Verilerin elde edilmesi

Araştırmanın verilerinin tamamı ikincil verilerden oluşmaktadır. Sektöre ve pazara ait veriler Devlet Hava Meydanları İşletmesi (DHMİ) tarafından yıllık olarak yayınlanan istatistik yıllıklarından, faaliyet raporlarından ve sektör raporlarından; Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) tarafından yıllık olarak yayınlanan faaliyet raporlarından; Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı tarafından yayınlanan yıllık raporlardan elde edilmiştir. Havayolu işletmelerine ait bilgiler ise SHGM ve DHMİ tarafından sağlanan verilerin yanında havayolu işletmelerinin; faaliyet raporlarından, internet sitelerinden ve internet sitelerinin arşivlerinden edinilmiştir.

3.4.2. Verilerin analiz edilmesi

Pazar yoğunlaşmasını elde etmek için havayolu işletmelerinin iç hatlarda taşıdıkları yolcu oranlarından elde edilen pazar payları n-Firma Yoğunlaşma Oranı (CR_n) ve Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) kullanılarak analiz edilmiştir.

Endekslerden ilki, pazar payı en fazla olan “n” tane firmanın pazar payının toplam pazara oranını gösteren n-Firma Yoğunlaşma Oranı’dır (CR_n). Hesaplanması oldukça basit olan bu yoğunlaşma ölçüm aracının denklemi (3.1) aşağıdaki gibidir (Bikker ve Haaf, 2002).

$$CR_n = S_1 + S_2 + \dots + S_n = \sum_{i=1}^n S_i \quad (3.1)$$

İşlemin sonucu; pazar payları payda da dâhil ederek alınırsa 0 ile 1 arasında, sadece pay şeklinde alınırsa 0 ile 100 arasında bir değer verir. Elde edilen değer büyüklüğüyle yani 1’e ya da 100’e yakınlığıyla pazardaki yoğunlaşmanın durumu doğru orantılıdır. Diğer bir deyişle elde edilen değer ne kadar büyük olursa pazar yoğunlaşması o kadar fazla, rekabetçi yapı o kadar azdır. n-Firma Yoğunlaşma Oranı’nda “n” değerine karşılık gelen firma sayısı pazardaki toplam firma sayısına ya da pazarın durumuna göre belirlenir. Genellikle 4 ya da 8 firma seçilmektedir. Ancak Türkiye iç hatlar havayolu pazarının az sayıda firmadan oluşan oligopol yapıda bir pazar olması ve pazar paylarına bakıldığında pazara hâkim işletmenin pazar payının oldukça yüksek, ikinci işletmenin ise diğer işletmelere göre nispeten yüksek olması dolayısıyla araştırmada n sayısı 2 firmayı kapsayacaktır (CR₂).

Diğer yoğunlaşma ölçüm aracı olan Herfindahl-Hirschman Endeksi’nde (HHI) ise hesaplamaya pazardaki tüm işletmeler dâhil edilir. Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) pazardaki tüm işletmelerin pazar paylarının karesinin toplamıyla hesaplanmaktadır. Denklemi (3.2) aşağıdaki gibidir (Bikker ve Haaf, 2002).

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + S_4^2 + \dots + S_n^2 = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (3.2)$$

Denklemin sonucu, pazar payları paydalarla birlikte alınırsa 0 ile 1 arasında sadece paylar alınırsa 0 ile 10000 arasında bir değer verir. Değerin büyümesi yani 1’e ya da 10000’e yaklaşması pazar yoğunlaşmasının fazlalığını gösterir. Herfindahl-Hirschman

Endeksi (HHI), pazardaki tüm işletmelerin hesaplamaya dâhil edilmesi ve paylarının karelerinin alınması dolayısıyla pazar payları büyüdükçe endeks de yükseleceğinden n-Firma Yoğunlaşma Oranı'na (CRn) göre daha isabetli ve pazarın genel durumu hakkında daha fazla bilgi sağlayan bir ölçüm aracıdır.

Yoğunlaşma endeksleri kullanılarak Türkiye iç hatlar havayolu pazarının 2000-2023 yılları arasındaki yoğunlaşma değerleri elde edildikten sonra yoğunlaşmanın yıllara göre değişimi ortaya koyulmuştur. Ayrıca havayolu pazarındaki politika değişiminin, yeni havayolu işletmelerinin pazara girişinin, mevcut havayolu işletmelerinin iflaslarının, kapasite ve slot alamama probleminin, krizlerin ve Covid-19 salgınının olduğu yıllardaki değişimler ele alınarak yoğunlaşmanın belirleyicileri yorumlanmıştır.

Araştırmanın sonraki aşamasında pazar yoğunlaşmasının ve rekabetçi yapıdaki değişimin topluma sağlanan fayda üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yolcu oranları üzerinden hesaplanan HHI yoğunlaşma değerinin yıllar içinde değişimi ile yıllık taşınan toplam yolcu sayısının değişimi ve iç hatlar pazarına arz edilen uçuş sayısı değişimi En Küçük Kareler (EKK) yöntemiyle analiz edilmiştir.

Araştırmanın verileri yıllık olarak yani kronolojik bir sırayla elde edilen zaman serileridir. Zaman serileriyle gerçekleştirilen En Küçük Kareler (EKK) yönteminin güvenilir sonuçlar vermesi için serilerin durağan olması ilk bakılması gereken kısıttır. Zaman içerisinde ortalaması ve varyansı değişen değişkenler durağan olmayan ya da birim kök içeren değişkenler olarak adlandırılır. Granger ve Newbold, (1974) yılındaki çalışmalarında böyle değişkenlerle yapılan analizlerden elde edilen regresyonun sahte regresyon olabileceğini göstermişlerdir. Sahte regresyondan kaçınmak için araştırmada ilgili yıldaki; yoğunlaşma değerleri, toplam yolcu sayısı ve toplam uçuş sayısı verileri yerine verilerin bir önceki yıla kıyasla yüzde değişim oranları kullanılmıştır. Kullanılan değişkenlerin durağan olduğundan yani birim kök içermediğinden emin olmak için ise literatürde sıklıkla kullanılan birim kök testi olan Augmented Dickey-Fuller (ADF) (Dickey ve Fuller, 1981) testi uygulanmıştır. Augmented Dickey-Fuller (ADF) testi aşağıdaki denklemler üzerinden hesaplanmaktadır:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta Y_{t-i} + \mu_t \quad (3.3)$$

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 Y_{t-1} + \beta_2 trend + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta Y_{t-i} + \mu_t \quad (3.4)$$

$$\Delta Y_t = \beta_1 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta Y_{t-i} + \mu_t \quad (3.5)$$

ADF denklemlerinin ilkinde (3.3) Y durağanlığı sınanan değişkeni; Δ bu değişkenin önceki zamana göre farkını; β ve λ katsayıları; k gecikme uzunluğunu; μ ise hata terimini ifade etmektedir. Bu model sabitli model olarak adlandırılır. Modele doğrusal bir zaman trendi eklendiğinde denklem (3.4) elde edilir. Bu denklem sabitli ve trendli ADF modelidir. Hem trend değişkeninin hem β_0 sabitinin dâhil edilmediği sabitsiz ve trendsiz denklem de hesaplanabilir (3.5). Dolayısıyla birim kök sınaması 3 farklı şekilde yapılabilir. Tahmin edilen modellerde Y değişkeninin bir önceki zamandaki değerinin katsayısı yani β_1 'in sifıra eşit olduğu durum testin H_0 hipotezini oluşturur ve serinin durağan olmadığını ifade eder (Yüksel ve Songur, 2011). Dolayısıyla birim kök testinin hipotezleri aşağıdaki gibidir.

$H_0: \beta_1 = 0$ Birim kök vardır seri durağan değildir.

$H_1: \beta_1 < 0$ Birim kök yoktur seri durağandır.

Serilerin birim kök içermediklerinden emin olduktan sonra HHI değerindeki yıllık değişim oranının ayrı ayrı yolcu sayısı yıllık değişim oranı ve uçuş sayısı yıllık değişim oranı üzerindeki etkisini belirlemek için araştırmanın modelleri oluşturulmuştur. Covid-19 nedeniyle 2020 yılında pazara arz edilen uçuş sayısı ve taşınan yolcu sayısının oldukça düşmesi ve rekabetin olmaması dolayısıyla HHI değerinin sahteliği problemini ortadan kaldırmak amacıyla modellere 2020 yılında 1, diğer yıllarda 0 değerlerini alan kukla değişken dâhil edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın modelleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir (Denklem 3.6 ve 3.7).

$$\% \Delta YOLCU_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t \quad (3.6)$$

$$\% \Delta UCUŞ_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t \quad (3.7)$$

$\% \Delta YOLCU$: Toplam yolcu sayısındaki bir önceki yıla göre % değişim oranı

$\% \Delta UCUŞ$: Toplam uçuş sayısındaki bir önceki yıla göre % değişim oranı

$\% \Delta HHI$: Yoğunlaşma değerinin bir önceki yıla göre % değişim oranı

$KCOV$: Covid-19 etkisi için 2020 yılını içeren kukla değişken

β_0 : Sabit terim

β_1 : $\% \Delta HHI$ değişkeninin katsayısı

β_2 : Kukla değişkenin katsayısı

μ : Hata terimi

t: Gözlenen yıl

Bu modeller EKK tahmincisiyle analiz edildikten sonra modellerin geçerliliğini ve tahminlerin kabul edilebilirliğini değerlendirmek için EKK varsayımları (Lim, Hill ve Griffiths, 2018, s. 58) sınanmıştır.

Varsayımlardan ilki hata terimleri arasında otokorelasyon olmamasıdır. Yani farklı yıllar için yapılan tahminlerin hata terimlerinin birbirleriyle ilişkisi ya da diğer bir deyişle korelasyonu olmaması gerekmektedir. Analiz edilen modellerin hata terimleri arasında korelasyon bulunup bulunmadığının sınaması Breusch Godfrey LM testi kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Breusch, 1978; Godfrey, 1978a). Breusch Godfrey LM testinin hipotezleri aşağıdaki gibidir.

H_0 : Otokorelasyon yoktur.

H_1 : Otokorelasyon vardır.

Kontrol edilmesi gereken diğer bir varsayım hata terimlerinin varyansının tahmin edilen yıllara göre değişmemesi yani sabit olması varsayımdır. Hata terimlerinin varyansının sabit olup olmadığını sınamak için Breusch-Pagan-Godfrey testi (Godfrey, 1978b; Breusch ve Pagan, 1979) ve White testi (White, 1980) olmak üzere iki ayrı test kullanılmıştır. İki test de aşağıdaki hipotezleri sınamaktadır.

H_0 : Varyans sabittir.

H_1 : Varyans değişmektedir.

Son kontrol edilen varsayım hata terimlerinin normal dağılmış olması varsayımdır. Modellerin hata terimlerinin normallik sınaması için Jarque-Bera Normal dağılım testi kullanılmıştır (Jarque ve Bera, 1980). Jarque-Bera Normal dağılım testi aşağıdaki hipotezleri sınamaktadır.

H_0 : Hata terimleri normal dağılıma uygundur.

H_1 : Hata terimleri normal dağılıma uygun değildir.

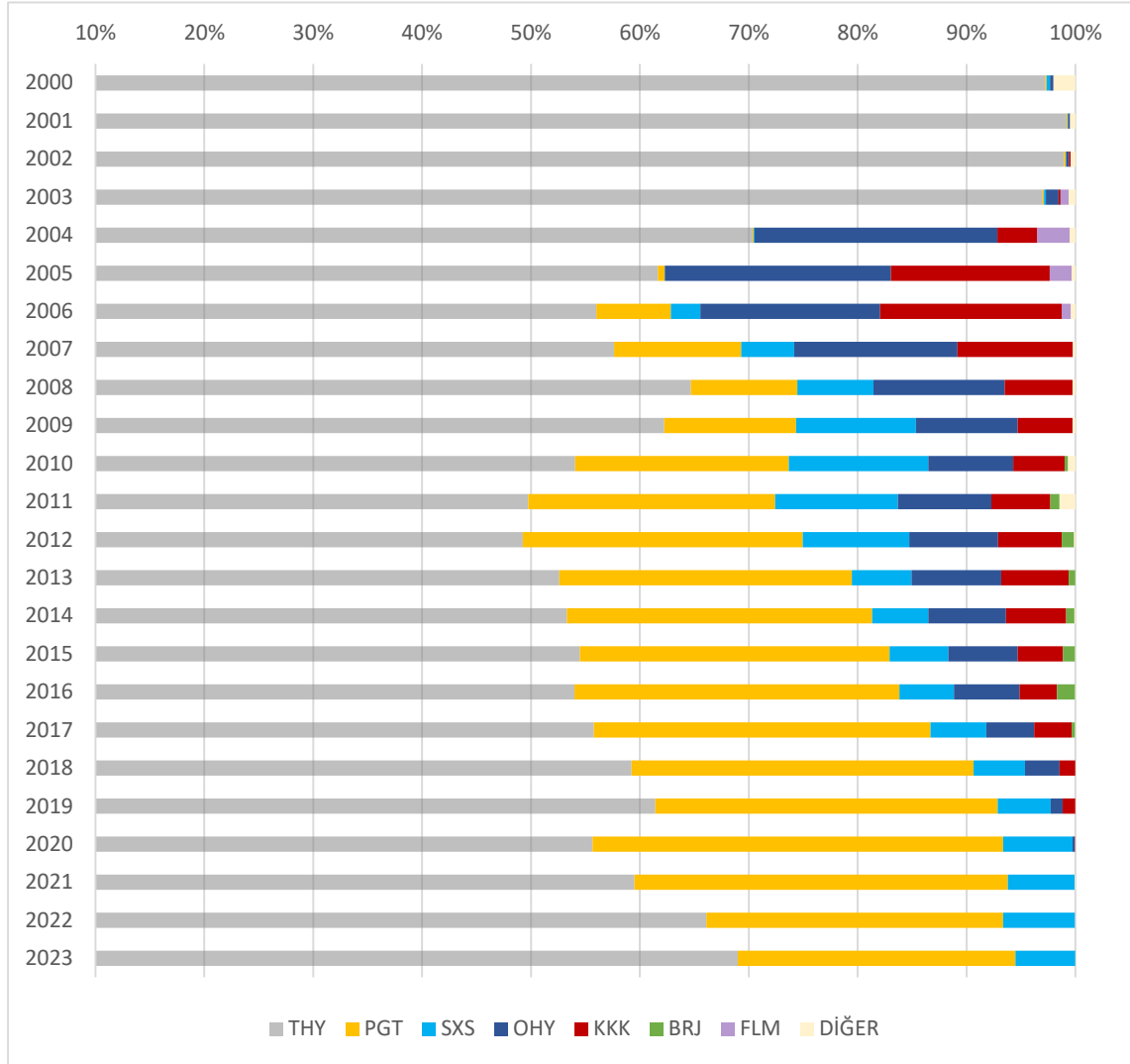
Araştırmada uygulanan testler EViews 13 paket programıyla gerçekleştirilmiştir.

3.5. Bulgular ve Yorumlar

3.5.1. Havayolu işletmelerinin payları ve pazar yoğunlaşması

2000-2023 yılları arasında havayolu işletmelerinin iç hatlarda taşıdıkları yolcu sayıları üzerinden pazar payları hesaplandığında Şekil 3.1'deki gibi bir grafikte karşılaşılmaktadır. Grafik genel anlamda pazarın yoğunlaşma durumu hakkında fikir

vermektedir. Yoğunlaşma endeks değerlerinin yorumlanması için öncelikle pazar paylarının dağılımının gösterilmesinin faydalı olacağı düşünülmüştür.



Şekil 3.1. Havayolu işletmelerinin iç hatlar yolcu payları

Şekil 3.1’de görüldüğü üzere 2003 yılı öncesinde %100’e yakın olan THY pazar payı, serbestleşme sonrası Onur, Atlas ve Fly Havayollarının iç hatlarda faaliyete başlamasıyla hızla azalmış 2005 yılında Pegasus’un ve 2006 yılında SunExpress’in iç hatlar pazarına dâhil olmasıyla 2006’ya gelindiğinde %56’ya düşmüştür. Havayolu işletmeleri yaratılan rekabetçi ortamla maliyet düşürme çabasına girmiştir. Özellikle Pegasus Havayolları 2005’te sahipliği değiştikten sonra strateji de değiştirmiş, düşük maliyetli havayolu iş modelini benimseyerek iç hatlar tarifeli pazarına dâhil olmuştur.

Fly Havayolları'nın diğer havayolları kadar pay elde edemediği ve 2007 yılında pazardan çıktığı görülmektedir. Artan rekabete yanıt olarak, iç hatlarda artan uçuş noktalarına daha az maliyetle uçuş gerçekleştirmek için 2008 yılında THY bünyesinde düşük maliyetli Anadolu Jet alt markası kurulmuştur. Anadolu Jet'in 2008 ve 2009 yıllarında THY'nin pazar payını artırdığı Onur ve Atlas'tan paylarının bir kısmını geri kazanarak tekrar yüzde %60'ın üzerine çıkardığı görülmektedir.

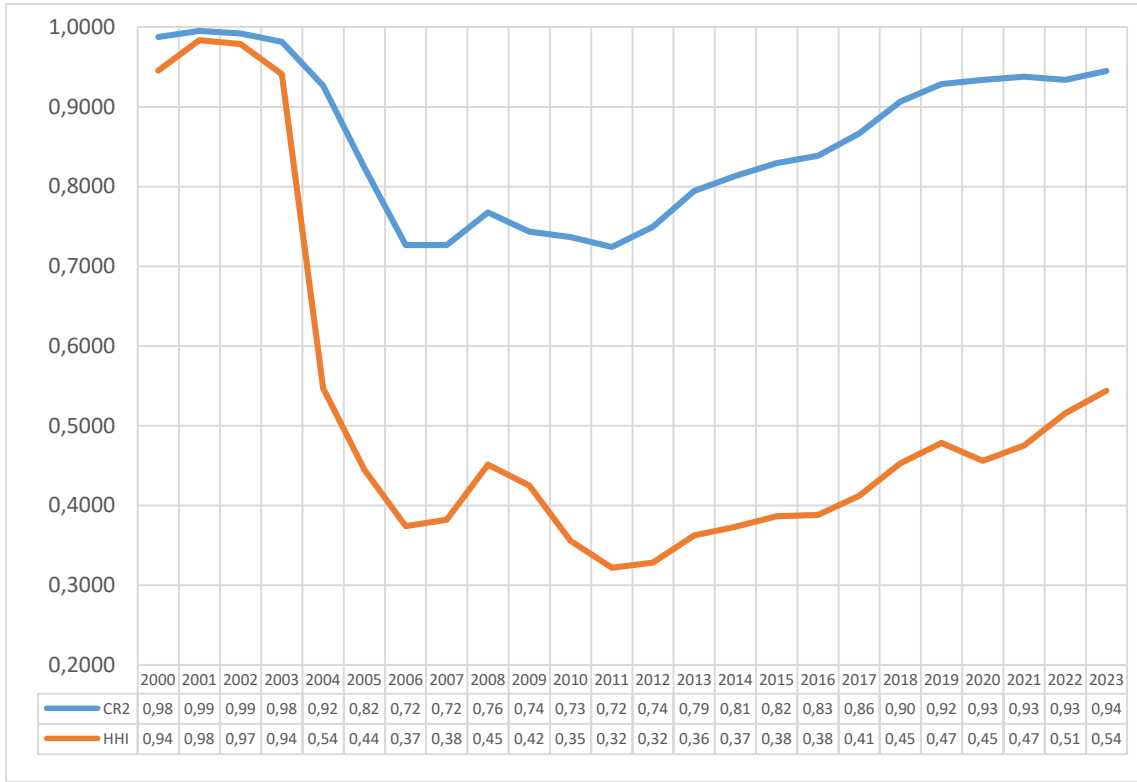
2010 yılında yeni kurulan ve bölgesel uçuşlar yapacak olan Bora Jet pazara girmiştir. Bunun yanında daha önce charter uçuşlar yapmakta olan Turkuaz Havayolları 2010, Sky Havayolları 2011 yıllarında iç hatlarda faaliyete başlamış ancak bu iki havayolu pazara girdikleri yıllarda faaliyetlerini sonlandırmışlardır. Kısa süreli faaliyetleri nedeniyle Şekil 3.1'de "Diğer" hanesinde yer almaktadırlar. Bu yıllarda Pegasus ve SunExpress'in de pazar paylarını arttırdığı, 2011 yılında Pegasus'un payını %22'nin SunExpress'in ise %11'in üzerine çıkardığı görülmektedir. Artan bu rekabetçi durumla 2011 ve 2012 yıllarında tarihte ilk defa iç hatlar pazarında özel havayolu işletmelerinin (THY'nin ortağı olduğu SunExpress de özel sayılırsa) toplam pazar payı yarının üzerine çıkmış dolayısıyla THY'nin payını geçmiştir. 2013 yılına gelindiğinde SunExpress iç hatlarda uçuşlarını azaltma kararı almış pazar payını %5 seviyelerine düşürmüştür. Sonraki birkaç yılda THY ve Pegasus'un pazar payları yavaş yavaş artarken Onur ve Atlas'ın pazar payları düşmektedir. Bu durum aslında Onur ve Atlas'ın yolcu ve uçuş sayılarını azaltmadığı ancak pazarda sürekli artan yolcu sayısına karşı da arz yaratamamalarının göstergesidir. Bu durumun nedeni merkezleri olan Atatürk Havalimanı'nın kapasitesi kaynaklı slot alamamaları sonucu merkezden büyümemeleri olarak yorumlanabilir. Talebin fazla olduğu Antalya ve İzmir gibi şehirlerde merkezler kurmamaları, uçuşlarını tek merkezden yapma ısrarları da büyüyen iç hatlar pazarında git gide paylarının azalmasıyla sonuçlanmıştır. Pegasus ise o dönemlerde kapasitenin büyük problem olmadığı Sabiha Gökçen Havalimanında büyüme fırsatı bulmuş ayrıca burasıyla sınırlı kalmayıp İzmir merkezli İzAir ile önce iş birliği sonra birleşme gerçekleştirerek İzmir merkezden de büyümeye gitmiştir.

2016 yılında pazar payı %2'ye yakın olan Bora Jet 2017 yılında iflas ederek pazardan çıkmıştır. Diğer havayolu işletmelerine bakıldığında 2012 yılında pazar payı %8 in üzerinde olan Onur Havayolları ve pazar payı yaklaşık %6 olan Atlas Global'in 2017 yılına gelindiğinde paylarının sırasıyla %4,4 ve %3,4 seviyelerine kadar gerilediği görülmektedir. Bu yılda THY'nin pazar payı %55,8, Pegasus'un pazar payı %30,9'a

ulaşmıştır. SunExpress'in pazar payı ise %5 seviyelerinde devam etmektedir. 2016 yılında gerçekleşen terör saldırıları, darbe girişimi ve sonraki yıllarda artan dvız kuru kaynaklı ekonomik durum sektörü ve havayolu işletmelerinin finansal yapılarını olumsuz etkilemiştir. Pazar payları 2012'den beri azalan Onur Havayolları ve Atlas Global'in 2019'a gelindiğinde pazar payları %1 seviyesine kadar gerilemiş, 2020 yılına gelindiğinde iki havayolu da faaliyetlerini durdurmuşlardır.

Küresel Covid-19 salgını tüm dünyada havayolu taşımacılığını etkilemiştir. 2020 yılında özellikle dış hatlarda yolcu uçuşları durma noktasına gelmiştir. İ hatlarda da gerçekleşen uçuş sayısı ve taşınan yolcu sayısı oldukça azalarak önceki yıla göre yarıya düşmüştür. Bu yılda havayolları, doluluk oranı kısıtlamaları gibi salgınla mücadele politikaları kaynaklı zararına uçuşlar gerçekleştirmişler ve devlet desteği almışlardır. Sonraki yıllarda yavaş yavaş covid-19 etkilerinin azalmasıyla sektör toparlanmaya başlamış 2023 yılına gelindiğinde ise covid-19 öncesi döneme oldukça yaklaşsa da i hatlarda taşınan toplam yolcu sayısı hala 2019'un gerisindedir. 2023 yılında iç hatlarda tarifeli havayolu taşımacılığı yapan 3 havayolu işletmesi kalmıştır. Bu havayolu işletmelerinin iç hatlar pazar paylarına bakıldığında THY'nin %69, Pegasus'un %25,5 ve SunExpress'in %5,5 olduğu görülmektedir. THY'nin i hatlardaki pazar payı serbestleşmenin gerçekleştiği ilk birkaç yıldan sonra ilk defa bu seviyeye ulaşmıştır.

şekil 3.2'de 2000-2023 yılları arasında Türkiye i hatlar havayolu pazarının yolcu payları üzerinden hesaplanan yoğunlaşma durumu 2 Firma Yoğunlaşma Oranı (CR2) ve Herfindahl-Hirschman (HHI) endeks değerleriyle gösterilmiştir.



Şekil 3.2 2000-2023 arası CR2 ve HHI yoğunlaşma değerleri

2000-2003 yılları arasında iki endeksin de 1'e oldukça yakın olduğu yani pazarın monopol yapıda olduğu görülmektedir. 2003 Serbestleşmesiyle birlikte 3 yıl içerisinde pazardaki yoğunlaşma oldukça azalmıştır. Serbestleşme öncesinde CR2 0,9919 seviyesinden sektöre giren havayolları sayesinde 2006 yılında 0,7267 seviyesine gerilerken HHI endeksi 0,9787 seviyesinden 0,3742 seviyesine düşmüştür. HHI endeksinde CR2 endeksine oranla çok daha fazla azalış olmasının nedeni pazara hâkim firma olan THY'dir. THY'nin dışında pazarda birbirlerine yakın paylara sahip olan firmalar olması HHI endeksini oldukça aşağı çekerken THY'nin payının buna rağmen pazardaki bütün işletmelerin toplamından fazla olması CR2 endeksinin düşmesini engellemektedir. 2007 yılına gelindiğinde CR2 endeksine göre yoğunlaşma artmayıp sabit kalmışken HHI endeksine göre az da olsa artarak 0,3820 seviyesine gelmiştir. Bunun anlamı o yıl pazara hâkim 2 firmanın (THY ve OHY) payları toplamında değişiklik olmazken pazar payı az olan firmalar arasında yoğunlaşmayı artırıcı hareketler olmasıdır. Bu gelişmeler Fly Havayollarının pazardan ayrılması ve Atlas Global'in (o tarihlerde ismi Atlas Jet) pazardan pay kaybetmesi ancak kaybedilen payların çoğunun pazara hâkim firma olmayan Pegasus tarafından kazanılmasıdır. Atlas Jet 2007 yılında hem uçak

kaçırma eylemi hem Isparta uçak kazasını yaşamıştır. Ancak olaylardan önce yapılan haberlerde de rakiplerinden uçak ve uçuş konusunda geri kaldıkları, ayrıca yönetim sorunları yaşadıkları belirtilmektedir.

2008 yılında hem CR2 hem HHI endeksinin arttığı sırasıyla 0,7675 ve 0,4512 seviyelerine geldiği görülmektedir. İstatistiklere bakıldığında THY'nin o sene iç hat uçuşlarındaki artış oranı iç hatlardaki toplam artış oranının oldukça üzerindedir. Bunun nedeni THY'nin bünyesinde düşük maliyetli alt markası Anadolu Jet'i kurması ve iç hat uçuşlarını artırmasıdır. Bu hamle diğer havayolu işletmelerine karşı THY'ye rekabet avantajı kazandırmış zaten pazara hâkim olan THY'nin payı artarak pazar yoğunlaşmasını artırmıştır. Öte yandan 2008'deki küresel ekonomik kriz petrol fiyatlarını artırarak havayolu taşımacılığı sektörünü etkilemiştir. THY'nin güçlü finansal yapısı ve bayrak taşıyıcı konumu düşünüldüğünde krizlere karşı daha dayanıklı olması da hâkim durumunu sağlamlaştırmaktadır. 2008 yılında Atlas Jet'le birlikte Onur Havayolları da oldukça pay kaybetmiştir. Nitekim yoğunlaşmanın bu denli artmasının veri eksikliğinden de kaynaklandığı düşünülmektedir. Nihayetinde git gide büyüyerek iç hatlar pazarındaki uçuşların %8'ine sahip olan Sabiha Gökçen Havalimanının o yıl pazar payları verisinde yer almaması Pegasus'un payının olması gerekenden az (Pegasus faaliyet raporlarına göre %4 daha az) dolayısıyla yoğunlaşma değerlerinin olması gerekenden az da olsa yüksek olmasına yol açacaktır.

2008'den 2011'e kadar yoğunlaşma iki endekse göre de oldukça gerilemiştir. Özellikle HHI endeksi CR2 endeksine kıyasla daha fazla azalarak 0,3220 seviyesine yani tarihte pazarın en rekabetçi olduğu seviyeye ulaşmıştır. Yeni uçuş noktalarının açılması, havaalanı ve terminallerde yapılan kapasite artırımları Pegasus ve SunExpress'in paylarını artırmasını sağlamıştır. Bunun yanında pazara 2010-2011 yıllarında az payları olsa da 3 yeni havayolu girmiş ancak 2'si kısa süre faaliyet göstermiştir. Bu gelişmelerin yanında 2011'de Atlas Jet ve Onur Havayolları'nın da paylarının azalmadığı, az da olsa arttığı görülmektedir. Dolayısıyla artan Pegasus ve SunExpress paylarının ve pazara yeni girenlerin paylarının THY'den eksildiği görünmekte bu durum da yoğunlaşmanın düşmesine neden olmaktadır. HHI endeksindeki tarihi dip seviyesi olan 0,3220'den sonra 2012 yılıyla birlikte yoğunlaşma artmaya başlamıştır.

2015-2016 arasında dikkat çeken durum CR2 endeksindeki artışa rağmen HHI endeksinde artış olmamasıdır. Bunun nedeni pazara hâkim iki havayolunun paylarını az da olsa artırırken pazarda en az paya sahip Bora Jet'in CR2 endeksi dışında kalan

havayolu işletmelerinden pay çalarak payını %2'ye yakın seviyeye çıkarmasıdır. Bu durum HHI hesaplamasında pazara hâkim havayolu işletmelerinin paylarını az artırmasını nötrleyerek HHI endeksinin artmamasını sağlamıştır. Nitekim Bora Jet'in sonraki sene pazardan çıkmasıyla yoğunlaşma HHI endeksine göre de tekrar artış eğilimine girmiştir.

2011'den sonra 2019'a kadar olan süreçte genel anlamda pazardaki iki endeksin de sürekli artma eğiliminde olduğu, rekabetçi yapının azaldığı görülmektedir. 2011 yılında 0,7241 olan CR2 endeksi 2019 yılında 0,9286 seviyesine 0,3220 olan HHI endeksi 0,4786 seviyesine yükselmiştir. İki endeksin birlikte ve benzer hareket etmesinin nedeni pazardaki nispeten az payı olan havayolu işletmelerinin sürekli payları azalırken pazarda en yüksek paya sahip iki havayolu işletmesi olan THY ve Pegasus'un sürekli paylarını artırmasıdır. Bu durum ölçek, kapsam ve yoğunluk ekonomilerini de kapsayan, rekabette büyüklük avantajını akla getirmektedir. Bu tarihler arasında Atatürk Havaalanı'na gerçekleştirilen başta olmak üzere terör saldırıları, darbe girişimi ve artan döviz kuru küçük ölçekli havayolu işletmelerinin daha çok sarsılmasına neden olmuştur. Ayrıca 2019 yılında THY, Atlas ve Onur Havayollarının merkezi olan Atatürk Havaalanı kapanmış, havayolu işletmeleri yeni açılan İstanbul Havalimanına taşınmışlardır. Yeni havalimanının getirdiği yeni maliyetler Atlas ve Onur Havayollarının yüksek maliyetlerden zarar görmesine neden olmuştur. Buna karşın büyüklüğünün yanında devletin ortaklığı ve yönetiminde olan THY yeni havaalanına daha kolay uyum sağlayabilmiş ve artan kapasiteyle daha da büyüme fırsatı elde etmiştir. Pegasus Havayollarının merkezinin Sabiha Gökçen olması taşınma ve yeni maliyetlerden zarar almamasına neden olmuştur.

2020 yılına gelindiğinde küresel salgın havayolu taşımacılığında yüksek etkiye neden olmuştur. Önceki yıllarda pazar payı giderek azalan ve 2019 yılı sonunda uçuşlarını durduran Atlas Global 2020 yılında iflas başvurusunda bulunduğunu açıklamıştır. Aynı şekilde pazarda zaten oldukça az payı kalan Onur Havayolları faaliyetlerini durdurarak pazardan çekilmiştir. HHI endeksine göre pazardan çıkışlara rağmen yoğunlaşmanın azaldığı görülse de bu değer sahte bir değerdir. Çünkü 2020 yılında pazardaki uçuş sayısı ve taşınan yolcu sayısı oldukça azalmıştır. Yolcu taşıyan işletmeler düşük doluluk oranlarıyla devletin de desteklemesiyle zararına uçuşlar gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla bu yıllarda pazarda rekabet ve yoğunlaşmadan söz edilemez.

Covid-19 etkisinin yavaş yavaş azaldığı sonraki yıllarda yoğunlaşma endekslerinin tekrar yükseldiği görülmektedir. 2023 yılında salgın etkisi oldukça azalmış pazarda taşınan yolcu sayısı salgın öncesine oldukça yaklaşmıştır. Bu yıldaki endeks değerlerine bakıldığında Atlas ve Onur Havayollarının pazardan tamamen çıkmasının etkisi oldukça açık şekilde görülmektedir. Pazarda THY, Pegasus ve SunExpress olmak üzere 3 havayolu işletmesi kalmış CR2 değeri 0,9449 seviyesine gelerek 2003 serbestleşmesinden sonra en yüksek seviyeyi görmüştür. HHI endeks değerine bakıldığında her ne kadar Pegasus'un THY ile rekabeti sayesinde serbestleşme öncesindeki seviyeden düşük olsa da 0,5439 değeriyle 2004 senesinden sonraki en yüksek seviyeye geldiği görülmektedir.

3.5.2. Yoğunlaşma değişiminin yolcu sayısı değişimi ve uçuş sayısı değişimi üzerindeki etkisi

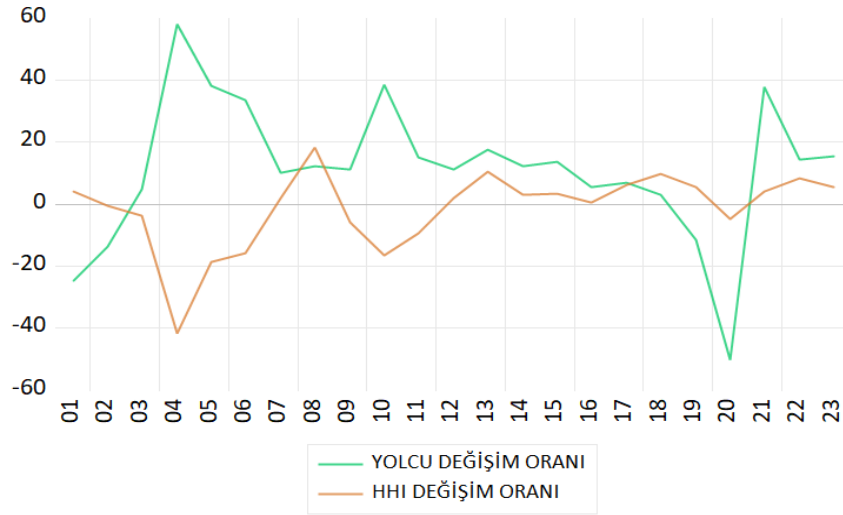
Türkiye iç hatlar havayolu pazarında yoğunlaşma değeri, 2003 serbestleşmesi sonrası oldukça azalmış 2008 yılındaki kısa süreli artıştan sonra 2011 yılına kadar azalma eğilimini devam ettirmiştir. Nitekim 2011 yılından sonra yavaş ama sürekli olarak artış gerçekleştirerek 2023 yılında serbestleşme sonrası en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Bunun yanında salgın, kriz gibi olağan seyrin dışındaki durumlar hariç tutulduğunda toplam uçuş sayısı ve yolcu sayısı sürekli artış eğilimindedir. Şekil 3.3'te bu eğilimler görülmektedir.



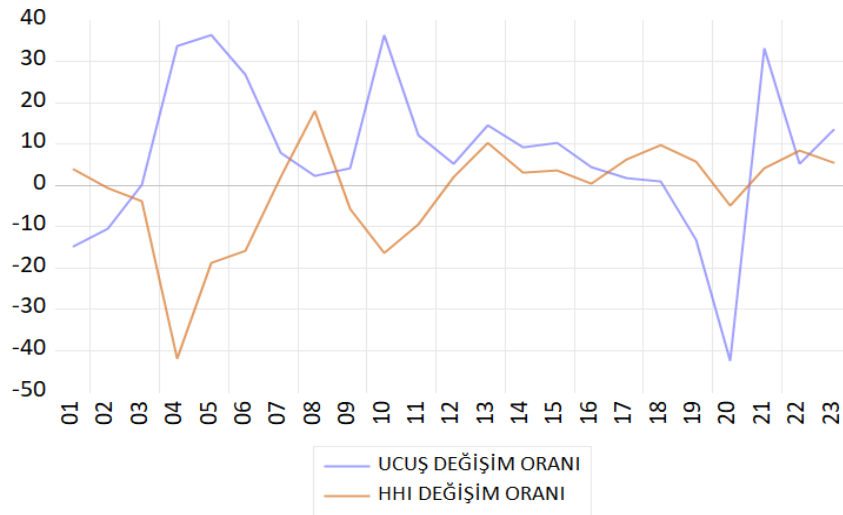
Şekil 3.3 2000-2023 arası HHI değeri, yolcu sayısı ve uçuş sayısı

İktisadi literatürde yapı-davranış-performans paradigmasına göre bir endüstride ya da pazarda yoğunlaşma arttıkça ve rekabetçi yapı azaldıkça bu durum işletmelerin davranışlarına yansır. İşletmeler çıktılarını sınırlandırarak kârlılıklarını yükseltir. Dolayısıyla tüketicilerden işletmelere kaynak akışı olur ve tüketici refahı azalır. İç hatlar havayolu taşımacılığı için grafikler incelendiğinde yoğunlaşma değeri ile çıktı seviyesini yani yoğunlaşmayla toplam yolcu sayısını ve toplam uçuş sayısını ilişkilendirmek oldukça güçtür. Hatta 2011 sonrasındaki döneme bakıldığında artan yoğunlaşmanın yolcu sayısını arttırdığı izlenimine kapılınabilir. Ancak bu seriler otokorelasyonlu yani değerleri bir önceki yılların değerleriyle ilişkili olan ve durağan olmayan yani ortalamaları ve varyansları sürekli değişen serilerdir. Bu nedenle bu serilerle yapılan analizlerden yanıltıcı sonuçlar elde edilebilir, Granger ve Newbold (1974) tarafından belirtildiği gibi sahte regresyon yanılgısına düşülebilir.

Serilerin bu halleri yerine bir önceki yıla göre yıllık değişim oranları karşılaştırıldığında daha farklı bir görüntü ortaya çıkmaktadır. Şekil 3.4 HHI değerindeki değişim oranı ve yolcu sayısındaki değişim oranını, Şekil 3.5 ise HHI değerindeki değişim oranıyla uçuş sayısındaki değişim oranını göstermektedir.



Şekil 3.4 Yolcu değişim oranı (%ΔYOLCU) ve HHI değişim oranı (%ΔHHI) grafiği



Şekil 3.5 Uçuş değişim oranı (%ΔUÇUŞ) ve HHI değişim oranı (%ΔHHI) grafiği

Şekillerden de anlaşıldığı üzere 2020 ve 2021 yıllarındaki covid-19 kaynaklı yanılğı göz ardı edildiğinde birçok yılda yoğunlaşma değişim oranıyla yolcu ve uçuş değişim oranı arasında ters yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ters yönlü ilişkinin sahte

olmadığından emin olmak ve istatistiksel olarak ortaya koyabilmek için öncelikle serilerin durağanlıklarının kontrol edilmesi gerekir.

Yıllık değişim oranı serilerinin durağanlığının sınıandığı Augmented Dickey-Fuller (ADF) testinin sonuçları Tablo 3.4'te gösterilmektedir.

Tablo 3.4 Augmented Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi sonuçları

		%ΔHHI	%ΔYOLCU	%ΔUÇUŞ
Sabitli	t-istatistiği	-2.773319(0)	-3.711294(0)	-3.741162(0)
	Olasılık	0.0784*	0.0114**	0.0106**
Sabitli ve Trendli	t-istatistiği	-5.395793(2)	-5.359524(2)	-3.881842(0)
	Olasılık	0.0017***	0.0018***	0.0309**
Sabitli ve Trendsiz	t-istatistiği	-2.808124(0)	-2.957661(0)	-3.192076(0)
	Olasılık	0.0072***	0.0050***	0.0028***

***%1, **%5, *%10 MacKinnon (1996) Ölçütüne göre anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler Schwarz Bilgi Ölçütüne göre belirlenen gecikme uzunluklarını göstermektedir.

ADF birim kök testi sonuçlarına göre serilerin durağan olmadığını belirten H_0 hipotezi %ΔHHI değişkeninde sabitli model için %10 diğer modeller ve değişkenlerde %5 ve %1 anlamlılık düzeylerinde reddedilebilmektedir. Serilerin yıllık yüzde değişim oranları olmalarının da etkisiyle ortalamaları ve varyansları sürekli artan ya da azalan yapıda değildir dolayısıyla seriler düzeyde durağandır.

Seriler durağan olduğu için bu değişkenlerle En Küçük Kareler metoduyla regresyon analizi uygulanabilir. Tablo 3.5 ve Tablo 3.6, HHI oranındaki yıllık yüzdelik değişimin sırasıyla toplam yolcu sayısındaki ve toplam uçuş sayısındaki yüzdelik değişim oranı üzerindeki etkisini göstermektedir.

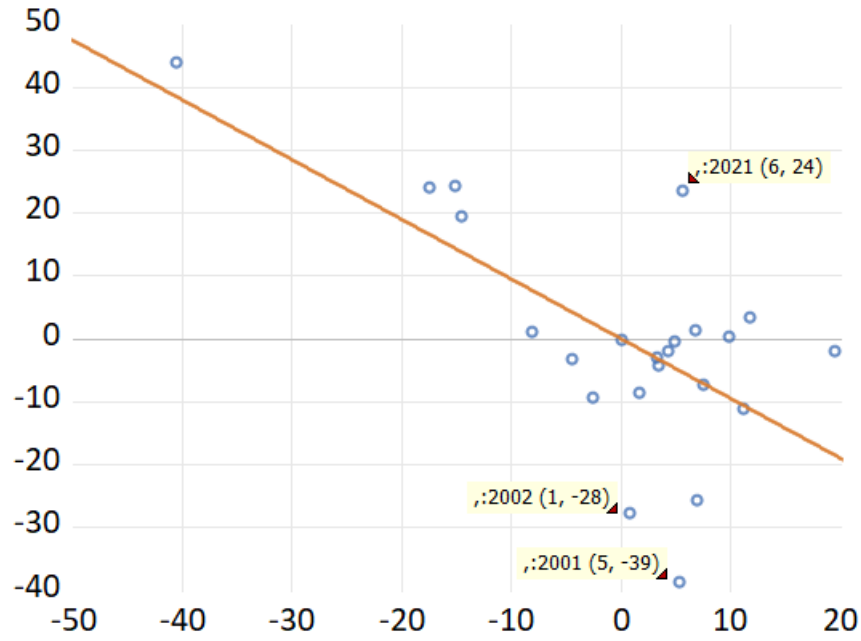
Tablo 3.5 %ΔYOLCU bağımlı değişkenli modelin regresyon analizi sonuçları

Model: $\% \Delta YOLCU_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$				
Değişkenler	Katsayı	Std. Hata	t-İstatistiği	Olasılık (P)
%ΔHHI	-0.948794	0.245502	-3.864712	0.0010
KCOV	-67.56811	14.85797	-4.547601	0.0002
C	12.83487	3.109827	4.127198	0.0005

Tablo 3.5 (Devam) %*AYOLCU* bağımlı değişkenli modelin regresyon analizi sonuçları

R²	0.627783	F-istatistiği	16.86604
Düzeltilmiş R²	0.590561	Olasılık (F-istatistiğinin)	0.000051
Durbin-Watson İstatistiği	1.086474		

Yolcu değişim oranı bağımlı değişkeniyle kurulan modelde HHI değişim oranı, KCOV kukla değişkeni ve sabitin etkisinin olmadığı savına dayanan H_0 hipotezinin olasılığı %1 güven seviyesinin altındadır, dolayısıyla model için değişkenler anlamlı bulunmuştur. Kurulan denklemde sabitin (C) katsayısı yani β_0 değeri 12,84'tür. Buna göre Covid-19'un olduğu sene haricinde pazardaki HHI değerinin değişmediği durumda yolcu değişim oranının artış yönünde %12,84 olması beklenir. Δ HHI değişkeninin katsayısı yaklaşık -0,95 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla aralarında ters yönlü bir ilişki vardır. HHI değişim oranındaki 1 birimlik artışın pazarda taşınan toplam yolcu değişim oranında 0,95 birim azalışa yol açtığı anlamına gelmektedir. Örnek bir hesaplama yapılacak olursa; HHI değerinin %20 arttığı bir yılda bu artışın yolcu sayısı değişim oranında negatif yönde %19'luk bir etkisi olduğu tahmin edilir. Sabit de dikkate alındığında ilgili yılda iç hatlarda taşınan toplam yolcu sayısının hata terimi göz ardı edildiğinde bir önceki yıla göre -%6,16 oranında azalmış olması beklenir. Covid-19 kukla değişkeninin katsayısı -67,57 olarak belirlenmiştir. O sene HHI değişim oranı -%4,74'tür. Değerler denklemde yerine yazıldığında Covid-19'un olduğu 2020 senesinde yolcu sayısındaki değişimin -%50,23 olduğu görülebilir. F-istatistiğinin olasılık değerinin de oldukça düşük olması H_0 hipotezinin %1 güven seviyesinde reddedilebileceğini yani modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelin R^2 değeri 0,63'tür. Dolayısıyla HHI değişim oranı değişkeni ve Covid-19 kukla değişkeni birlikte ilgili yıllar aralığında pazardaki yolcu sayısı değişiminin %63'ünü açıklayabilmektedir.



Şekil 3.6 %ΔYOLCU bağımlı değişkenli modelin dağılım grafiği

Şekil 3.6’da gösterilen dağılım grafiğine bakıldığında modele ters düşen, regresyon doğrusundan uzaklaşan noktaların 2001 krizi etkileriyle yolcu sayısının oldukça azaldığı 2001 ve 2002 yılları olduğu görülmektedir. Ayrıca Covid-19 etkisinin olduğu 2020 yılı kukla değişkenle anlamlandırılmış olsa da sektörde bozulan denge 2021 yılında da devam etmektedir. Dolayısıyla diğer bir noktanın pazarda rekabetin ve yoğunlaşmanın aranamayacağı 2021 senesi olduğu görülmektedir. Bu seneler modelin açıklama gücünü düşürmektedir. 2001 Türkiye Ekonomik Krizi senesine de kukla değişken koyulması halinde değişken anlamlı bulunmakta ve açıklama gücü olan R^2 değerini %80 üzerine çıkarmaktadır. Fakat verilerin azlığı nedeniyle tercih edilmemiş, dağılım grafiğinde bu durumun gösterilmesinin daha faydalı bir bulgu olacağına kanaat getirilmiştir.

Tablo 3.6 %ΔUÇUŞ bağımlı değişkenli modelin regresyon analizi sonuçları

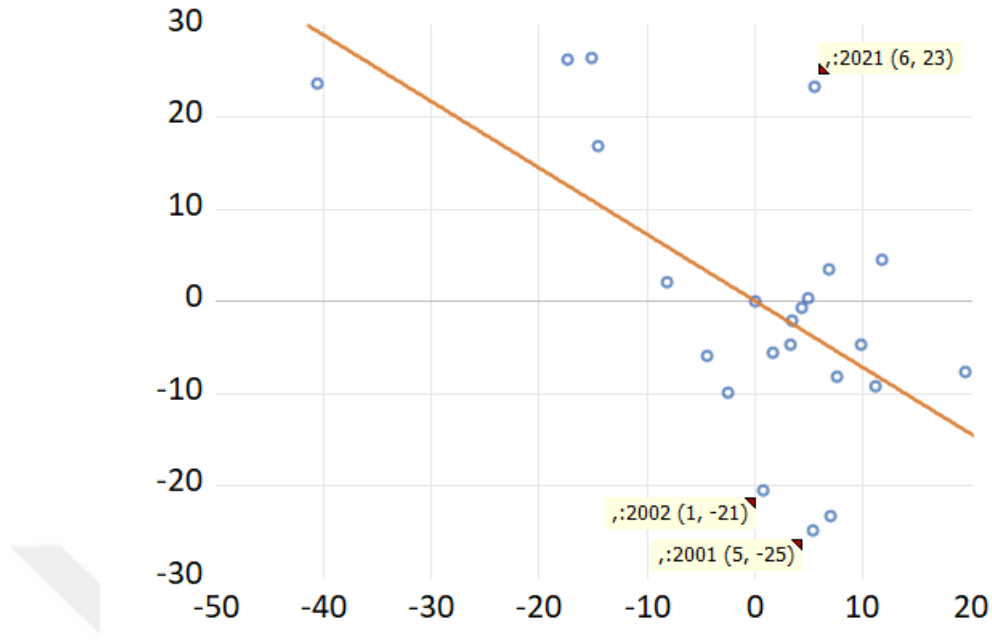
Model: $\% \Delta UÇUŞ_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$				
Değişkenler	Katsayı	Std. Hata	t-İstatistiği	Olasılık (P)
%ΔHHI	-0.721972	0.207013	-3.487565	0.0023
KCOV	-55.06154	12.52860	-4.394867	0.0003
C	9.098503	2.622283	3.469688	0.0024

Tablo 3.6 (Devam) % Δ UÇUŞ bağımlı değişkenli modelin regresyon analizi sonuçları

R²	0.598682	F-istatistiği	14.91787
Düzeltilmiş R²	0.558550	Olasılık (F-istatistiğinin)	0.000108
Durbin-Watson İstatistiği	1.428342		

HHI değişim oranının uçuş sayısındaki değişim oranına etkisini gösteren regresyon analizi de benzer sonuçlar içermektedir. Tablo 3.6'ya göre HHI değişim oranı, Covid-19 kukla değişkeni ve sabit %1 güven seviyesinde anlamlıdır. Sabitin katsayısı 9,10, Covid-19 değişkeninin katsayısı -55,06 olarak bulunmuştur. HHI değişim oranıyla iç hatlar pazarına arz edilen uçuş sayısı değişim oranı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. % Δ HHI değişkeninin kat sayısı -0,72 bulunmuştur. Bu durumda HHI değişim oranındaki %1'lik bir değişim pazara arz edilen uçuş sayısındaki değişime -%0,72 olarak yansımaktadır. HHI değişiminin yolcu değişim oranına göre uçuş değişim oranını nispeten daha az etkilediği görülmektedir. F-istatistiğinin olasılık değerine göre modelin reddedilme olasılığı %1'in altındadır ve model anlamlıdır. Modelin R² değeri yani açıklama gücü 0,60 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla HHI değişim oranı ve Covid-19 değişkeni, pazara arz edilen uçuş sayısındaki yıllık değişim oranının birlikte %60'ını açıklayabilmektedir. Bu değer yolcu değişim oranındakine kıyasla %3 daha düşüktür.

Şekil 3.7'deki dağılım grafiği incelendiğinde, 2001 krizinin uçuş değişim oranını da yolcu değişim oranına benzer şekilde etkilediği görülmektedir. 2001 ve 2002 yıllarına ait veriler kriz etkisinden dolayı uçuş sayısındaki değişim oranının HHI değişim oranından bağımsız hareket ettiğini göstermektedir. Bunun yanında Covid-19 etkisinin yine uçuş değişim oranında da 2021 yılını regresyon eğrisinden uzaklaştırdığı anlaşılmaktadır.



Şekil 3.7 % $\Delta U\dot{C}U\dot{S}$ bağımlı değişkenli modelin dağılım grafiği

En Küçük Kareler yöntemiyle yapılan zaman serileri regresyon analizinin geçerli olabilmesi için modellerin hata terimlerinin otokorelasyona sahip olmaması ve varyanslarının sabit olması varsayımlarını sağlaması gerekir. Bunun yanında aksi durum modelin geçerliliğini bozmasa da hata terimlerinin normal dağılması beklenir. Tablo 3.7 her iki model için de otokorelasyon testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 3.7 Breusch-Godfrey LM otokorelasyon testi sonuçları

Otokorelasyon Testi: Breusch-Godfrey LM			
H_0 : Otokorelasyon yoktur (Gecikme uzunluğu 2 alınmıştır).			
Model: $\% \Delta YOLCU_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
F-istatistiği	1.207931	Olasılık F(2,18)	0.3219
Obs*R-squared	2.721649	Olasılık Ki-kare (2)	0.2564
Model: $\% \Delta U\dot{C}U\dot{S}_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
F-istatistiği	0.463198	Olasılık F(2,18)	0.6366
Obs*R-squared	1.125789	Olasılık Ki-kare (2)	0.5696

İki model için de Ki-kare değerleri güven seviyesinden oldukça yüksek olduğu için H_0 hipotezi reddedilememektedir. Dolayısıyla modeller otokorelasyon olmaması varsayımını sağlamaktadır.

Diğer varsayım olan varyansların sabit olması varsayımı için literatürde oldukça fazla test yer almaktadır. Çalışmada, en sık karşılaşılan iki testin uygulanması uygun görülmüştür. Tablo 3.8 Breusch-Pagan-Godfrey testinin sonuçlarını içermektedir.

Tablo 3.8 Breusch-Pagan-Godfrey değişen varyans testi sonuçları

Değişen Varyans Testi: Breusch-Pagan-Godfrey			
H ₀ : Varyans sabittir.			
Model: $\% \Delta YOLCU_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
F-istatistiği	0.669374	Olasılık F(2,20)	0.5231
Obs*R-squared	1.442972	Olasılık Ki-kare (2)	0.4860
Scaled explained SS	1.430484	Olasılık Ki-kare (2)	0.4891
Model: $\% \Delta UÇUŞ_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
F-istatistiği	0.265264	Olasılık F(2,20)	0.7697
Obs*R-squared	0.594341	Olasılık Ki-kare (2)	0.7429
Scaled explained SS	0.454843	Olasılık Ki-kare (2)	0.7966

Modellerden elde edilen Ki-kare değerlerine bakıldığında varyansın sabit olduğu H₀ hipotezinin reddedilemediği görülmektedir. Dolayısıyla teste göre modelde değişen varyans problemi yoktur. Değişen varyansın sınamasını yapan diğer bir test Tablo 3.9'da sonuçları verilen White testidir.

Tablo 3.9 White değişen varyans testi sonuçları

Değişen Varyans Testi: White			
H ₀ : Varyans sabittir.			
Model: $\% \Delta YOLCU_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
F-istatistiği	0.423988	Olasılık F(3,19)	0.7380
Obs*R-squared	1.443136	Olasılık Ki-kare (3)	0.6955
Scaled explained SS	1.430647	Olasılık Ki-kare (3)	0.6984
Model: $\% \Delta UÇUŞ_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
F-istatistiği	0.310450	Olasılık F(3,19)	0.8176
Obs*R-squared	1.074743	Olasılık Ki-kare (3)	0.7832
Scaled explained SS	0.822489	Olasılık Ki-kare (3)	0.8441

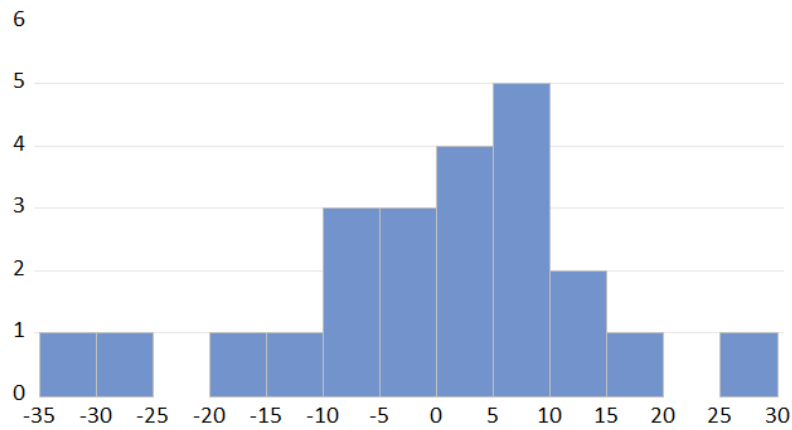
White testi de Breusch-Pagan-Godfrey testiyle benzer sonuçlar vermiştir. Ki-kare değerlerine göre H_0 hipotezi reddedilememektedir. Dolayısıyla modellerin varyansları sabittir.

Normal dağılım testi olarak Jarque-Bera testi uygulanmıştır. Tablo 3.10'a bakıldığında olasılık değerlerinin güven seviyesinden yüksek olduğu, dolayısıyla H_0 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Bu durumda modellerin hata terimlerinin normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir.

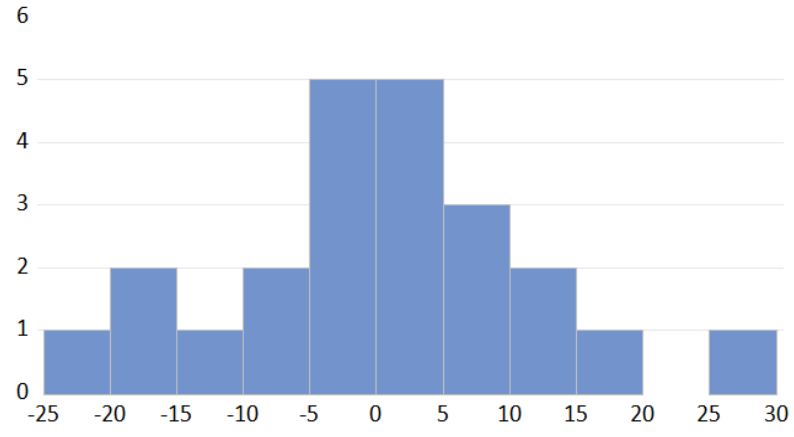
Tablo 3.10 Jarque-Bera normal dağılım testi sonuçları

Normal Dağılım Testi: Jarque-Bera H_0 : Normal dağılıma uygundur.			
Model: $\% \Delta YOLCU_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
Jarque-Bera	1.551616	Olasılık	0.460332
Model: $\% \Delta UÇUŞ_t = \beta_0 + \beta_1 \% \Delta HHI_t + \beta_2 KCOV_t + \mu_t$			
Jarque-Bera	0.057924	Olasılık	0.971453

Ayrıca modellerin hata terimlerinin normal dağılıma uygun olduğu Şekil 3.8 ve Şekil 3.9'da gösterilen normal dağılım grafiklerinden de anlaşılmaktadır.



Şekil 3.8 $\% \Delta YOLCU$ bağımlı değişkenli model için normal dağılım grafiği



Şekil 3.9 %AUÇUŞ bağımlı değişkenli model için normal dağılım grafiği

SONUÇ VE ÖNERİLER

Havayolu taşımacılığı, insanlara yer ve zaman faydası sağlayan bir hizmet sektörüdür. Sektörün sağladığı yer ve zaman faydası geçmiş yıllarda daha uzun menzilli uçuşların başlaması ve daha hızlı uçakların icadıyla da artırılabilirken günümüzde donanımsal gelişimin yavaşlaması nedeniyle daha çok nicel anlamda artırılabilir. Uçuş sayısı ve sıklığının artması insanların toplam seyahat süresini azaltarak yer ve zaman faydasını yükseltirken, artan uçuş sayısının yanında artan uçuş noktası ve azalan bilet fiyatları daha çok insanın havayolu taşımacılığından faydalanmasını sağlayarak toplumsal faydanın artmasına yol açabilmektedir. Diğer taşımacılık türleriyle kıyaslandığında çok kısa seyahatler hariç tutulursa havayolu taşımacılığının en faydalı taşımacılık türü olduğu açıktır. Ancak bu faydanın topluma en üst seviyede yansıtılabilmesi için sektörün iktisadi etkinliğinin de en üst seviyede olması gerekir.

1950’li yıllarda sektörlerin performanslarının belirleyicileri üzerine çalışan Joe Bain öncülüğündeki Harvard Okulu temsilcileri yapı-davranış-performans paradigmasını ileri sürmüşlerdir. Bu paradigmaya göre sektörün ya da pazarın yapısı monopole yaklaştıkça işletmelerin ürettikleri çıktı miktarı, fiyatlandırma kararları, kaliteleri, pazarlama faaliyetleri gibi davranışları değişir. Sektörlerin kârlılığı artar, dolayısıyla tüketici refahı düşer. Havayolu taşımacılığında gerçekleştirilen serbestleşme sonrası pazarın monopolden uzaklaşarak rekabetçi yapıya gelmesini takiben çıktı miktarının yani uçuş sıklığının, sayısının ve uçuş noktasının artması, bilet fiyatlarının ucuzlaması, pazarlama faaliyetlerinin artması sonucunda sektör kârlılığının azalması ve sektörden faydalanan insan sayısındaki hızlı yükseliş bu paradigmayla oldukça eşleşmektedir.

Bu çalışmada Türkiye iç hatlar havayolu taşımacılığı sektörünün performansı sektörün arz ettiği uçuş sayısı ve sektörden faydalanan insan sayısı üzerinden ele alınmıştır. Pazarın yapısı ise pazar yoğunlaşma endeksleriyle ölçülerek belirlenmiştir. İlk aşamada serbestleşmenin başladığı yıllar olan 2000’li yıllardan günümüze kadar olan süreç için işletmelerin taşıdıkları yolcu sayısındaki payları ortaya koyulmuş, pazar yoğunlaşması 2-Firma Yoğunlaşma Oranı (CR2) ve Herfindahl-Hirschmann (HHI) yoğunlaşma endeksleriyle ölçülmüştür.

2003 yılı öncesinde monopol yapıda olan pazarda tek işletme Türk Hava Yolları iken 2003 serbestleşmesiyle pazara yeni havayolu işletmeleri dâhil olmuş ve pazarda taşınan yolcu sayısında oldukça fazla artış gözlenmiştir. Serbestleşme sonrasında THY’nin de taşıdığı yolcu sayısı artmış ancak oluşan rekabetçi yapı sayesinde pazar payı

hızla düşmeye başlamıştır. Özellikle 2005 yılında pazara dâhil olan Pegasus Havayolları maliyet liderliği stratejisini benimsemiş ve günümüze kadar olan süreçte payını artırarak pazarda tutunmayı başarmıştır. Bunun yanında 2003 ve 2004 yıllarında pazara dâhil olan Onur Havayolları ve Atlas Jet ilk senelerde nispeten yüksek paylar elde etse de ilerleyen süreçte payları yavaş yavaş azalarak 2020 yılında pazardan çekilmişlerdir. 2008 yılı öncesinde pazar payı azalan THY, 2008 yılında bünyesinde kurduğu düşük maliyetli alt markası Anadolu Jet sayesinde paylarını tekrar artırmayı başarmıştır.

Buradan, maliyet liderliği stratejisinin iç hatlar havayolu pazarında kazandıran bir strateji olduğu sonucuna varılabilir. Öte yandan Onur Havayolları da düşük maliyetli bir taşıyıcı olmasına rağmen aynı başarıyı sağlayamamıştır. O halde sadece düşük maliyetli taşıyıcı olmak pazar başarısı için yeterli değildir. Pegasus'un pazarda varlığını sürdürebilmesinin diğer bir nedeni kapasitenin oldukça dolu olduğu İstanbul Atatürk Havalimanı yerine İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanını merkez alarak burada büyüme imkânı bulması olmuştur. Onur Havayolları ve Atlas Jet'in ise Atatürk Havalimanındaki kısıtlı kapasite kaynaklı slot problemleri nedeniyle büyüyemediği düşünülmektedir.

2006 yılında iç hatlar pazarına dâhil olarak günümüze kadar varlığını sürdüren diğer bir havayolu olan SunExpress, Antalya esas merkezli faaliyet göstermektedir. Payları sabit seviyelerde seyreden havayolunun yarı yarıya THY ve Lufthansa ortaklığında olduğu düşünüldüğünde tarife planlama, fiyatlandırma ve diğer davranışsal kararlarda THY ile işbirliği içinde hareket etmesi olasıdır. Bu yüzden THY'ye karşı rekabetçi davranış sergilemesi beklenecek bir durum değildir.

Pazarda daha kısa süreli faaliyet gösteren havayolu işletmeleri de olmuştur. Bunlar içerisinde diğerlerine kıyasla daha uzun süre pazarda kalanı bölgesel taşımacılık faaliyeti gösteren havayolu olan Bora Jet'tir. Bora Jet 2010 yılında pazara girmiş nispeten düşük paylarla 7 yıl faaliyetini sürdürebildikten sonra iflas etmiştir.

Ele alınan süreç içerisinde olağan seyrin dışında gelişen ve pazarı etkileyen pek çok olay yaşanmıştır. Bu olaylar; 2001 yılındaki Türkiye ekonomik krizi, 2008 yılındaki küresel ekonomik kriz, 2016 yılındaki darbe girişimi ile Atatürk Havalimanında ve ülkenin genelinde yaşanan terör saldırıları, 2018 yılında hızlı artan döviz kuru ve enflasyonla başlayan Türkiye ekonomik krizi, 2020 yılında başlayarak etkisini sonraki birkaç yıl da hissettiren Covid-19 salgını olarak sıralanabilir. Havayolu taşımacılığı sektörü, dolayısıyla havayolu işletmeleri bu olaylardan etkilenmiştir. Büyük ölçekli havayolu işletmeleri ölçek, kapsam, yoğunluk ekonomileri avantajları ve güçlü finansal

yapılarıyla kriz dönemlerine daha dayanıklı olabilirken. Daha küçük ölçekli olanlar finansal açıdan daha büyük sarsıntılar yaşayabilmekte, pazar paylarını kaybedebilmekte hatta toparlanamayıp pazardan çekilebilmektedir. Dolayısıyla bu olaylar ve krizler de yoğunlaşmanın artmasında rol oynayabilmektedir.

Pazar yoğunlaşma endekslerinin seyri incelendiğinde, 2003 serbestleşmesini takip eden yıllarda pazara giren havayolu işletmelerinin etkisiyle büyük değişim yaşayarak öncesine göre oldukça düşük seviyelere geldiği görülmektedir. Daha sonra 2008 yılına gelindiğinde yoğunlaşma kısa süreli artış göstermiştir. Bu artışın nedeninin pazara hâkim firma olan THY'nin kendi bünyesinde Anadolu Jet'i kurması kaynaklı olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca 2008 küresel krizi 2003 sonrasında pazara giren havayolu işletmelerini THY'den fazla etkilemiş ve paylarını artırmalarını engellemiş olabilir.

Ancak Pegasus'un hızlı büyümesi ve pazara girişlerin devam etmesi yoğunlaşmadaki azalmanın sürmesini sağlamıştır. HHI endeks değeri 2011 yılında en düşük seviyesine ulaşmıştır. Nitekim o tarihten sonra pazara giren havayolu olmamıştır. THY ve Pegasus Havayolları sürekli pay artırırken SunExpress'in payı sabit kalmıştır. Buna karşın Atlas Jet ve Onur Havayolları ise slot ve kapasitenin kısıtlı olması nedeniyle büyüyemeyerek sürekli pay kaybetmiş, 2016'dan itibaren olan olayların ve krizlerin etkisine yeni havalimanına geçişin getirdiği ek maliyetlerin de eklenmesiyle toparlanamamış 2020 yılında pazardan çıkmışlardır. 2011 yılından sonra pazar yoğunlaşması sürekli artmış 2023 yılına gelindiğinde serbestleşme sonrası en yüksek seviyesine ulaşmıştır.

Pazar yoğunlaşmasının toplumsal fayda üzerindeki etkisine bakıldığında, En Küçük Kareler yöntemiyle tahmin edilen regresyon analizine göre HHI endeksindeki yıllık değişim oranının pazarda taşınan yolcu sayısındaki ve pazara arz edilen uçuş sayısındaki yıllık değişim oranı üzerinde ters yönlü etkisi olduğu görülmektedir. Bu sonuç yapı-davranış-performans paradigmasıyla eşleşmektedir.

Araştırma sonucunda bulunan ters yönlü etki sadece serbestleşmeyle azalan yoğunlaşma oranının yolcu ve uçuş oranını artırması üzerinden tek bakış açısıyla değerlendirilmemelidir. Serbestleşmeden sonraki yıllarda artan yoğunlaşma oranı, pazarda taşınan yolcu sayısının artış oranını ve pazara arz edilen uçuş sayısının artış oranını da aşağı çekmektedir. Artış eğiliminde olan yoğunlaşma bundan sonraki senelerde de artışını sürdürmeye devam ederse yolcu ve uçuş artış hızının git gide düşmesi beklenebilir. Bu yüzden hemen her sene önceki seneye göre arttığı görülen yolcu ve uçuş

sayısı, pazarın sürekli gelişimini sürdürdüğü yanılgısına yol açmamalıdır. Yolcu ve uçuş sayısı krizler ve salgın gibi olayların gerçekleştiği seneler harici sürekli artış gösterir. Çünkü önceki senelerin üzerine kümülatif olarak büyür. Bu yüzden gelişimin değerlendirilebilmesi için bu artışın hızı yani yıllık artış büyüklüğü dikkate alınmalıdır.

Yoğunlaşmanın, yolcu ve uçuş sayısının artış oranı üzerindeki olumsuz etkisi dikkate alındığında pazarın yavaşlayan gelişiminin önüne geçilmek için pazar yoğunlaşmasının azaltılması esastır. Aksi takdirde ilerleyen senelerde topluma sağlanan faydanın boyutu azalabilecektir. Bu nedenle pazara girişin önünü açacak, pazara girişi teşvik edecek ve pazara giren küçük ölçekli havayolu işletmelerinin devamlılığını sağlayacak, onları ekonomik dalgalanmalara karşı daha dirençli hale getirecek politikalar izlenmelidir.

Yoğunlaşmanın artışına neden olan konulardan biri pazardaki kapasite ve slot problemidir. Atatürk Havalimanındaki kapasite ve slot problemi nedeniyle Atlas Jet ve Onur Havayolları büyüyemeyip daha sonra ekonomik etkenlerin de devreye girmesiyle pazardan çıkmak durumunda kalmışlardır. Atatürk Havalimanının kapatılıp yerine daha fazla kapasiteye sahip İstanbul Havalimanının açılmasının iç hatlar için kapasite problemini çözmediği görülmektedir. İstanbul Havalimanının Atatürk Havalimanıyla karşılaştırıldığında şehrin merkezinde olmaması, iç hat seyahatlerinin ise nispeten kısa mesafeli seyahatler olması bu havaalanından gerçekleştirilen iç hat uçuşlarına olan talep esnekliğini artırmaktadır. Ayrıca yeni havalimanındaki maliyetlerin yüksek olması kâr marjı kısıtlı olan iç hat taşımacılığına girmek isteyen havayolu işletmelerinin kararlarını etkileyecektir. Dolayısıyla iç hatlarda talebin İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı öncelikli olması beklenmektedir. Günümüzde Sabiha Gökçen Havalimanının da kapasite problemi yaşadığı bilindiği üzere, bu havaalanına da tarihsel slot haklarını elinde bulunduran Pegasus Havayolları nedeniyle havayolu işletmelerinin giriş yapması mümkün görünmemektedir. Ayrıca Anadolu Jet'in Sabiha Gökçen Havalimanında büyümek istemesi pazara girişlerin önünü iyice kapatmaktadır. Slot koordinasyon biriminin devletin diğer bir işletmesi olan DHMİ'de olması da Anadolu Jet'e rekabet avantajı sağlayarak haksız rekabete yol açabilir. Dolayısıyla bu durum yeni girişleri engellemenin yanında Pegasus Havayolları'nın dahi büyümesinin önüne geçerek pazar yoğunlaşmasındaki yükselişin sürmesine neden olabilir. Bu doğrultuda, ilk iş olarak slot koordinasyon sisteminin tamamen bağımsız ve tarafsız kurulan bir organa devredilmesi

ve havayollarının ellerindeki slotlar ile bu slotlara uyum bilgilerinin güncel olarak kamuya şeffaf bir şekilde paylaşılması pazardaki rekabetçi yapıyı olumlu etkileyecektir.

Başta Sabiha Gökçen olmak üzere Antalya Havalimanı, İzmir Adnan Menderes Havalimanı, Ankara Esenboğa Havalimanı gibi talebin fazla olduğu havalimanlarında kapasitenin artırılması üzerine yatırımlar yapılması pazara sunulan arzın artmasını sağlayacaktır. Ancak yoğunlaşmanın düşmesi ve rekabetçi yapının sağlanması için kapasitenin dolayısıyla arzın artırılması yeterli değildir. Bu arzın pazara yeni girecek havayolu işletmeleri üzerinden sağlanması gereklidir. Seviye 3 olan havaalanlarında artan kapasite sonucu elde edilen yeni slotların tamamının yapılacak düzenlemeyle pazara yeni girecek havayolu işletmelerine tahsisi gerçekleştirilebilir. Pazardaki havayolu işletmelerinin slota %80 uyum sağlamayıp tarihsel hakkını kaybetmesi durumunda bu slotların havuza atılıp %50'sinin yeni giren havayolu işletmelerine tahsisi kuralı mevcuttur. Bu düzenlemeye ek olarak yeni slotların veya kaybedilip havuza atılan slotların pazara yeni giren işletme yoksa pazarda en az slota sahip havayolundan başlayarak tahsisi uygulamasının getirilmesi pazardaki küçük ölçekli havayolu işletmelerine büyüme imkânı tanıyacaktır. Tahsise konu olan yıl, pazardaki küçük ölçekli havayolu arz sağlayamayacaksa bile mevcut slotun sahipliğini elinde bulundurması ancak kullanım hakkının arz sağlayabilecek başka havayoluna geçici ve şartlı olarak verilmesi pazar paylarını dengeye yaklaştıracı ve yoğunlaşmayı azaltıcı bir adım olabilir.

Kapasite ve slot tahsisi düzenlemelerine ek olarak finansal açıdan da pazara girişlerin, giriş sonrası tutunmanın ve büyümenin önünü açıcı politikalar yoğunlaşmayı azaltıcı etki yapabilir. Bu doğrultuda Ticari Hava Taşımacılığı Yönetmeliğindeki (SHY-6A) pazara giriş engeli oluşturan 15 milyon ABD doları tamamı nakit ödenmiş sermayeye sahip olma zorunluluğunun sınırı azaltılabilir. Bunun yanında bir havaalanı çifti pazarında diğer havayollarına kıyasla az uçuşu bulunan havayolu işletmelerine vergi indirimleri yapılarak büyük ölçekli havayolu işletmelerine karşı sahip oldukları rekabet dezavantajı azaltılabilir. Son olarak, ekonomik dalgalanmalardan daha az hasarla kurtulabilecekleri finansal sistemler üzerinde pazara giren küçük ölçekli havayolu işletmeleriyle iş birliği yapılarak çalışılabilir. Proaktif bir yaklaşımla krizlerin olmadığı zamanlardan itibaren bir sonraki kriz planı oluşturulabilir.

İleriki araştırmalarda, pazara yeni havayolu işletmelerinin dâhil olması durumunda yoğunlaşmadaki değişim ve değişimin topluma sağlanan fayda üzerindeki etkisi analiz edilerek bu çalışmanın hipotezinin geçerliliği tekrar test edilebilir. Ayrıca THY

bünyesinde olan Anadolu Jet alt markası, düşük maliyetli iş modelinin daha etkin uygulanabilmesi ve rekabetçi konumunun güçlendirilebilmesi için 2024 itibariyle THY'nin iştiraki olarak AJet adıyla pazarda faaliyetlerini sürdürecektir. AJet, daha düşük ücretlerle daha fazla insanın havayolu taşımacılığında faydalanmasını sağlayarak toplumsal faydanın artırılmasını amaçlamaktadır (http-2). Bu değişikliğin de pazarın yapısı ve toplumsal fayda artışı üzerindeki etkisi ilerleyen yıllarda araştırmaya değer olabilir.

Bu araştırma, Türkiye'de havayolu taşımacılığında yoğunlaşmayı ölçen literatürdeki mevcut çalışmalardan farklı olarak yoğunlaşmanın sonuçlarına da odaklanmış, topluma sağlanan fayda üzerindeki ters yönlü etkisini ekonometrik bir analizle ortaya koymuştur. Veri sayısının azlığı nedeniyle En Küçük Kareler yöntemi tercih edilmiştir. Veri sayısının aylık veya çeyreklik veriler kullanılarak artırılması sağlanabilirse gecikmeli değerleri de dikkate alan daha farklı ve güçlü ekonometrik modellerle de analizler yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004). *Yeni ekonomi ve yeni rekabet*. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- Avcı, C. ve Ateş, S. (2022). The effects of airport slot allocation method on competition: Empirical analysis of competition through slots at JFK International Airport. *Research Journal of Business and Management*, 9(3), 114-121.
- Ayata, Z. (2014). AB rekabet hukuku perspektifinden tüketici refahı standardı. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bain, J. S. (1951). Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936-1940. *The Quarterly Journal of Economics*, 65(3), 293-324.
- Barca, M. ve Esen, Ş. (2010). İktisat okullarının giriş engellerine yaklaşımı ve hukuki sonuçlar. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(3), 303-319.
- Belobaba, P. P. (2016a). Introduction and overview. P. P. Belobaba, A. R. Odoni ve C. Barnhart (Editörler), *The global airline industry* (2. b.) içinde (s. 1-17). West Sussex: John Wiley and Sons Ltd.
- Belobaba, P. P. (2016b). Overview of airline economics, markets and demand. P. P. Belobaba, A. R. Odoni ve C. Barnhart (Editörler), *The global airline industry* (2. b.) içinde (s. 47-72). West Sussex: John Wiley and Sons Ltd.
- Belobaba, P. P. (2016c). Airline pricing theory and practice. P. Belobaba, A. Odoni ve C. Barnhart (Editörler), *The global airline industry* (2. b.) içinde (s. 75-125). West Sussex: John Wiley and Sons.
- Berry, S., Carnall, M. ve Spiller, P. T. (2006). Airline hubs: Costs, markups and the implications of customer heterogeneity. D. Lee (Editör), *Advances in airline economics: Competition policy and antitrust* içinde (s. 183-214). Amsterdam: Elsevier.
- Bikker, J. A. ve Haaf, K. (2002). Measures of competition and concentration in the banking industry: a review of the literature. *Economic & Financial Modelling*, 1-41.
- Bilotkach, V. (2017). *The economics of airlines*. Newcastle upon Tyne: Agenda Publishing.
- Brenes, E. R., Montoya, D. ve Ciravegna, L. (2014). Differentiation strategies in emerging markets: The case of Latin American agribusinesses. *Journal of Business Research*, 847-855.

- Breusch, T. S. (1978). Testing for autocorrelation in dynamic linear models. *Australian Economic Papers*, 17, 334-355.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1979). A simple test for heteroscedasticity and random coefficient variation. *Econometrica*, 47(5), 1287-1294.
- Brooks, P. W. (1967). The development of air transport. *Journal of Transport Economics and Policy*, 164-183.
- Castillo-Manzano, J. I., Castro-Nuño, M., López-Valpuesta, L., Pedregal, D. J. (2017). Measuring the LCC effect on charter airlines in the Spanish airport system. *Journal of Air Transport Management*, 65, 110-117.
- Clougherty, J. A. (2002). Domestic airline concentration: a positive strategic trade analysis. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 193-203.
- Colander, D. C. (2020). *Microeconomics* (11. b.). New York: McGraw-Hill Education.
- Cook, D., Mayer, R. ve Doy, G. (2023). Crises and the resilience of the aviation industry: A literature review of crises and airline responses. *Transportation Research Procedia*, 75, 33-42.
- Cook, G. N. ve Billig, B. G. (2017). *Airline operations and management: A management textbook*. Abingdon: Routledge.
- Czerny, A. I., Fu X., Lei, Z., Oum, H. T. (2021). Post pandemic aviation market recovery: Experience and lessons from China. *Journal of Air Transport Management*, 90.
- Çetin, T. ve Benk, S. (2011). Regulation, deregulation, and competition in the Turkish airline industry. T. Çetin ve F. Oğuz (Editörler), *The political economy of regulation in Turkey* içinde (s. 193-214). New York: Springer.
- De Palma, A. ve Monardo, J. (2019). Natural monopoly in transport. *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=3927775>. (Erişim tarihi: 13.12.2023)
- DHMI. (2023). *2022 faaliyet raporu*. Ankara: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- Didier, T., Hevia, C. ve Schmukler, S. L. (2012). How resilient and countercyclical were emerging economies during the global financial crisis? *Journal of International Money and Finance*, 31(8), 2052-2077.
- Doganis, R. (2006). *The airline business* (2. b.). Abington: Routledge.

- Doganis, R. (2019). *Flying off course: Airline economics and marketing* (5. b.). Abingdon: Routledge.
- DPT. (1990). *Havayolu ulaştırması özel ihtisas komisyonu raporu*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.
- Dresner, M., Windle, R. ve Yao, Y. (2002). Airport barriers to entry in the US. *Journal of Transport Economics and Policy*, 36(2), 389-405.
- Erdoğan, M. (2018). Tam Rekabet. K. Yıldırım ve M. Erdoğan (Editörler), *Mikro iktisat* içinde (s. 112-131). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Escobari, D. (2012). Dynamic pricing, advance sales and aggregate demand learning in airlines. *The Journal of Industrial Economics*, 60(4), 697-724.
- Esen, ř. (2006). Piyasaların rekabetçi işlevlerini sürdürmesinde rekabet hukukunun rolü: *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- European Commision. (2002). *Glossary of terms used in EU competition policy*. Brüksel: European Communities.
- Frank, R. H., Bernanke, B., Antonovics, K., Heffetz, O. (2019). *Principles of Microeconomics* (7. b.). New York: McGraw-Hill Education.
- Franke, M. ve John, F. (2011). What comes next after recession? – Airline industry scenarios and potential end games. *Journal of Air Transport Management*, 17(1), 19-26.
- Gerede, E. (2002). Havayolu taşımacılığında küreselleşme ve havayolu işbirlikleri - THY AO'da bir uygulama. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gerede, E. (2006). Sivil havacılık faaliyetlerin sınıflandırılması ve Türkiye'de hava taşımacılığı faaliyetlerinin tanımlanmasına ilişkin sorunlar. *Kayseri VI. Havacılık Sempozyumu*, (s. 197-203). Nevşehir.
- Gerede, E. (2010). The evolution of Turkish air transport industry: significant developments and the impacts of 1983 liberalization. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 63-91.
- Gerede, E. (2011a). Türkiye'nin İkili Havayolu Taşımacılığı anlaşmalarının havayolu yönetimine etkileri ağısından değerlendirilmesine yönelik bir ölçek önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 29-50.

- Gerede, E. (2011b). Türkiye'deki havayolu taşımacılığına ilişkin ekonomik düzenlemelerin havayolu işletmelerine etkisinin değerlendirilmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 505-537.
- Gerede, E. (2015a). Havayolu işletmeciliğine ilişkin temel kavramlar. E. Gerede (Editör), *Havayolu taşımacılığı ve ekonomik düzenlemeler teori ve Türkiye uygulaması* içinde (s. 1-46). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Gerede, E. (2015b). Havayolu taşımacılığındaki ekonomik düzenlemeler. E. Gerede (Editör), *Havayolu taşımacılığı ve ekonomik düzenlemeler teori ve Türkiye uygulaması* içinde (s. 47-80). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Gerede, E. (2015c). Uluslararası havayolu taşımacılığında liberalleşme süreci. E. Gerede (Editör), *Havayolu taşımacılığı ve ekonomik düzenlemeler teori ve Türkiye uygulaması* içinde (s. 99-117). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Gerede, E. ve Orhan, G. (2015). Türk havayolu taşımacılığındaki ekonomik düzenlemelerin gelişim süreci. E. Gerede (Editör), *Havayolu taşımacılığı ve ekonomik düzenlemeler teori ve Türkiye uygulaması* içinde (s. 163-208). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Gerede, E. ve Yalçinkaya, A. (2015). Ekonomik düzenlemelerin havayolu yönetimine etkisi. E. Gerede (Editör), *Havayolu taşımacılığı ve ekonomik düzenlemeler teori ve Türkiye uygulaması* içinde (s. 119-162). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Giaume, S. ve Guillou, S. (2004). Price discrimination and concentration in European airline markets. *Journal of Air Transport Management*, 305-310.
- Gil, R. ve Kim, M. (2021). Does competition increase quality? Evidence from the US airline industry. *International Journal of Industrial Organization*, 77.
- Gillen, D. (2018). Impact of liberalisation in global mature markets. N. Halpern ve A. Graham (Editör), *The routledge companion to air transport management* içinde (s. 93-107). Abingdon: Routledge.
- Gillen, D., Morrison, W. G. ve Stewart, C. (2007). Air travel demand elasticities: Concepts, issues and measurement. *Advances in Airline Economics - The Economics of Airline Institutions, Operations and Marketing*, 2, 365-410.
- Godfrey, L. G. (1978a). Testing for higher order serial correlation in regression equations when the regressors include lagged dependent variables. *Econometrica*, 46(6), 1303-1310.

- Godfrey, L. G. (1978b). Testing for multiplicative heteroskedasticity. *Journal of Econometrics*, 8(2), 227-236.
- Göktepe, H. (2007). Hava taşımacılığı sektöründe rekabet hukuku kurallarının uygulanması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 213-240.
- Göktepe, H. (2015). Havayolu taşımacılığı sektörü ve rekabet hukuku. E. Gerede (Editör), *Havayolu taşımacılığı ve ekonomik düzenlemeler teori ve Türkiye uygulaması* içinde (s. 209-246). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü.
- Granger, C. ve Newbold, P. (1974). Spurious regressions in econometrics. *Journal of Econometrics*, 2(2), 111-120.
- Grant, R. G. (2017). *Flight: the complete history of aviation*. New York: DK Publishing.
- Grosche, T., Klopau, R. ve Serebyński, A. (2020). Market concentration in German air transport before and after the Air Berlin bankruptcy. *Transport Policy*, 78-88.
- Guzhva, V. S. ve Pagiavlas, N. (2004). US Commercial airline performance after September 11, 2001: decomposing the effect of the terrorist attack from macroeconomic influences. *Journal of Air Transport Management*, 10(5), 327-332.
- Gündoğdu, M. (2010). *Rekabet hukuku perspektifinden havayolu taşımacılığı sektöründe stratejik ittifaklar*. Ankara: Rekabet Kurumu.
- Hanlon, P. (2007). *Global airlines: Competition in a transnational industry* (3. b.). Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Hirst, M. (2008). *The air transport system*. Cambridge: Woodhead Publishing.
- Holloway, S. (2008). *Straight and level: Practical airline economics* (3. b.). Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- IATA. (2011). *Standard schedules information manual*. Montreal - Geneva: International Air Transport Association.
- IATA. (2019). *Worldwide slot guidelines* (10. b.). Montreal - Geneva: IATA.
- IATA. (2020). *Air passenger market analysis: Passenger growth slows as COVID-19 impacts the industry*. Montreal: International Air Transport Association.
- IATA. (2021). *World air transport statistics*. Montreal: International Air Transport Association.
- IATA. (2022a). *IATA economics' chart of the week: A historically resilient industry*. Montreal: International Air Transport Association.

- IATA. (2022b). *IATA economics' chart of the week: High inflation rates negatively affect RPKs in P.R. China*. Montreal: International Transport Association.
- IATA. (2023a). *Global outlook for air transport: A local sweet spot*. Montreal: International Air Transport Association.
- IATA. (2023b). *Global outlook for air transport: Highly resilient, less robust*. Montreal: International Air Transport Association.
- Iatrou, K. (2014). *100 years of commercial aviation*. Hermes Air Transport Organisation.
- Iatrou, K. (2020). *The history of air transport*. Hermes Air Transport Organisation.
- ICAO. (2013). *Doc 9060, reference manual on the ICAO statistics programme* (5. b.). Montreal: International Civil Aviation Organization.
- ICAO. (2016). *Doc 9626, manual on the regulation of international air transport* (3. b.). Montreal: International Civil Aviation Organization.
- ICAO. (2017). *Doc 9587, policy and guidance material on the economic regulation of international air transport* (4. b.). Montreal: International Civil Aviation Organization.
- ICAO. (2018). *Annex 6 operations of aircraft - part I, international commercial air transport - aeroplanes* (11. b.). Montreal: International Civil Aviation Organization.
- ICAO. (2023). *Effects of novel coronavirus (COVID-19) on civil aviation: Economic impact analysis*. Montreal: International Civil Aviation Organization.
- Ito, H. ve Lee, D. (2005). Assessing the impact of the September 11 terrorist attacks on U.S. airline demand. *Journal of Economics and Business*, 57(1), 75-95.
- Jarque, C. M. ve Bera, A. K. (1980). Efficient tests for normality, homoscedasticity and serial independence of regression residuals. *Economics Letters*, 6(3), 255-259.
- Jayanti, R. K. ve Jayanti, S. (2011). Effects of airline bankruptcies: an event study. *Journal of Services Marketing*, 25(6), 399-409.
- Johnston, A. ve Ozment, J. (2011). Concentration in the airline industry: Evidence of economies of scale? *Journal of Transportation Management*, 59-74.
- Karlsson, J., Odoni, A., Geslin, C., Yamanaka, S. (2007). Airline ticket taxes and fees in the United States and European Union. D. Lee (Editör), *Advances in airline economics, volume II: The economics of airline institutions, operations and marketing* içinde (s. 255-274). Amsterdam: Elsevier.

- Kaya, E. (1997). Havaalanlarında fiyatlandırma açısından muhasebe bilgi sistemi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, E. (2013). Ulaştırma kavramı ve önemi. N. Aras ve E. Gerede (Editörler), *Ulaştırma sistemleri* (2. b.) içinde (s. 2-23). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Keller, J. T., Kuper, G. H. ve Mulder, M. (2022). Challenging natural monopolies: Assessing market power of gas transmission system operators for cross-border capacity. *Energy Policy*, 170, 113-228.
- Kiraci, K., Tanriverdi, G. ve Akan, E. (2023). Analysis of factors affecting the sustainable success of airlines during the COVID-19 pandemic. *Transportation Research Record*, 2677(4), 350-379.
- Kiracı, K., Yaşar, M., Kayhan, S., Ustaömer, T. C. (2017). A concentration analysis In the Turkish domestic air transportation industry using with CRm and Herfindahl-Hirschman indexes. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 687-704.
- Koban, E. ve Keser, H. Y. (2010). *Dış ticarete lojistik* (5. b.). Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Koçel, T. (2020). *İşletme yöneticiliği* (18 b.). İstanbul: Beta.
- Koran, D. W. (1983). The welfare effects of airline fare deregulation in the United States. *Journal of Transport Economics and Policy*, 17(2), 177-189.
- Korul, V. ve Küçükönel, H. (2003). Türk sivil havacılık sisteminin yapısal analizi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 3(1), 24-38.
- Kuchinke, B. A. ve Sickmann, J. (2007). Vertical integration of airlines and airports: Impacts on competition. *Competition and Regulation in Network Industries*, 8(3), 283-301.
- Lijesen, M. G., Nijkamp, P., Pels, E., Rietveld, P. (2006). The home carrier advantage in civil aviation. D. Lee (Editör), *Advances in airline economics 1: Competition policy and antritrust* içinde (s. 215-234). Amsterdam: Elsevier.
- Lim, G. C., Hill, R. C. ve Griffiths, W. E. (2018). *Principles of econometrics* (5. b.). Hoboken: Wiley.
- Liu, N. T. ve Wu, C.-L. (2023). Assessing the effect of flight information presentation styles on the usability of airline web booking interface. *Journal of Air Transport Management*, 106, 10-23.

- MacKinnon, J. G. (1996). Numerical distribution functions for unit root and cointegration tests. *Journal of Applied Econometrics*, 11(6), 601-618.
- Maillebiau, E. ve Hansen, M. (1995). Demand and consumer welfare impacts of international airline liberalisation: The case of the North Atlantic. *Journal of Transport Economics and Policy*, 29(2), 115-136.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principles of macroeconomics* (6. b.). Mason: South-Western Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of economics* (8. b.). Boston: Cengage Learning.
- Mantin, B. ve Koo, B. (2009). Dynamic price dispersion in airline markets. *Transportation Research Part E*, 1020-1029.
- Merkert, R., Voorde, E. V. ve Wit, J. d. (2017). Making or breaking - Key success factors in the air cargo market. *Journal of Air Transport Management*, 1-5.
- Morrell, P. S. (2021). *Airline finance* (5. b.). Abingdon: Routledge.
- Mosca, M. (2008). On the origins of the concept of natural monopoly: Economies of scale and competition. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 317-353.
- Ng, K. T., Fu, X., Hanaoka, S., Oum, T. H. (2022). Japanese aviation market performance during the COVID-19 pandemic - Analyzing airline yield and competition in the domestic market. *Transport Policy*, 116, 237-247.
- O'Connor, W. E. (2001). *An introduction to airline economics* (6. b.). London: Praeger.
- OECD. (1993). *Glossary of industrial organisation economics and competition Law*. Organisation for Economic Cooperation and Development. <https://www.oecd.org/regreform/sectors/2376087.pdf>. (Erişim tarihi: 15.09.2023)
- OECD. (2018). *Market concentration*. Directorate for Financial and Enterprise Affairs - OECD.
- Oliveira, A. V., Caliori, T. ve Narcizo, R. R. (2022). An empirical model of fleet modernization: On the relationship between market concentration and innovation adoption by airlines. *Research in Transportation Business & Management*, 43.
- Oliveira, M. V. ve Oliveira, A. V. (2018). What drives effective competition in the airline industry? An empirical model of city-pair market concentration. *Transport Policy*, 165-175.

- Özsoy, G. (2010). Türk havayolu işletmelerinin 2003 iç hat serbestleşmesine verdikleri stratejik tepkiler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parkin, M. (2012). *Economics* (10. b.). Boston: Addison-Wesley.
- Polat, Ç. (2007). Yoğunlaşma ve piyasa yapısı ilişkisi çerçevesinde Türk çimento sektörünün yapısal analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 97-116.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press.
- Rekabet Kurumu. (2019). *Rekabet terimleri sözlüğü*. Rekabet Kurumu.
- Reynolds-Feighan, A. (2007). The long-run distributional effects of industry and carrier changes in the US air transport market. D. Lee (Editör), *Advances in airline economics: The economics of airline institutions, operations and marketing* (2. b.), içinde (s. 345-364). Amsterdam: Elsevier.
- Rodrigue, J.-P., Comtois, C. ve Slack, B. (2006). *The geography of transport systems*. Abingdon: Routledge.
- Rupp, N. G., Owens, D. H. ve Plumly, L. W. (2006). Does competition influence airline on-time performance? D. Lee (Editör), *Advances in airline economics: Competition policy and antitrust* içinde (s. 251-272). Amsterdam: Elsevier.
- Sarıbaş, H. ve Tekiner, İ. (2015). Türkiye sivil havacılık sektöründe yoğunlaşma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 21-33.
- Sarılgan, A. E. (2011). Türkiye'de bölgesel havayolu taşımacılığının geliştirilmesi için yapılması gerekenler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 69-88.
- Schipper, Y., Rietveld, P. ve Nijkamp, P. (2002). European airline reform: An empirical welfare analysis. *Journal of Transport Economics and Policy*, 36(2), 189-209.
- Schlumberger, C. E. ve Weisskopf, N. (2014). *Ready for takeoff? The potential for low-cost carriers in developing countries*. Washington: The World Bank.
- Shaw, S. (2007). *Airline marketing and management* (6. b.). Hampshire: Ashgate.
- Şengür, F. K. ve Şengür, Y. (2012). Havayolu iş modelleri: Kavramsal bir analiz. 20. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*. İzmir.

- Tabak Aydın, H. ve Kara, O. (2021). Reklam harcamaları bankaların finansal performanslarını etkiler mi? *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 23(4), 665-692.
- Varian, H. R. (2010). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (8. b.). New York: W. W. Norton & Company.
- Vasigh, B., Fleming, K. ve Tacker, T. (2018). *Introduction to air transport economics: From theory to applications* (3. b.). Abingdon: Routledge.
- Weiss, L. W. (1979). The structure-conduct-performance paradigm and antitrust. *University of Pennsylvania Law Review*, 127(4), 1104-1140.
- Wensveen, J. G. (2015). *Air transportation: a management perspective* (8. b.). Farnham: Ashgate.
- White, H. (1980). A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica*, 48(4), 817-838.
- Whyte, R. ve Lohmann, G. (2017). Airline business models. L. Budd ve S. Ison içinde, *Air transport management* (s. 107-120). Abingdon: Routledge.
- Wittmer, A. ve Bieger, T. (2021). Airline strategy - from network management to business models. A. Wittmer, T. Bieger ve R. Müller (Editörler), *Aviation systems* içinde (s. 141-184). Berlin: Springer.
- Yang, C.-W. (2016). Entry effect of low-cost carriers on airport-pairs demand model using market concentration approach. *Journal of Air Transport Management*, 291-297.
- Yaşar, M. (2023). Determinants of market structure and demand: A panel data study on Turkish airports. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 30(1), 59-77.
- Yaşar, M. ve Gerede, E. (2018). Türkiye havayolu iç hat şehir çiftlerindeki pazar yapılarının piyasa yoğunlaşması ölçütleri ile belirlenmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 171-197.
- Yaşar, M. ve Kiracı, K. (2018). Dünya pazarlarında piyasa yapısı: Havayolu sektöründe rekabetin ampirik analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 731-744.
- Yazıcı, A. (2018). Eksik rekabet piyasaları - Monopol, monopolcü rekabet ve oligopol piyasaları. K. Yıldırım ve M. Erdoğan (Editörler), *Mikro iktisat* içinde (s. 132-155). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, M. (2016). Türk Hava Yolları “idare”nin neresinde? Örgüt ve statü üzerinden bir değerlendirme. *Memleket Siyaset Yönetim*, 11(26), 47-82.

- Yolaç, S. (2004). Yapı-davranış-performans paradigması. *Öneri Dergisi*, 6(22), 215-219.
- Yüksel, C. ve Songur, M. (2011). Kamu harcamalarının bileşenleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki: Ampirik bir analiz (1980-2010). *Maliye Dergisi*(161), 365-380.
- Zhang, A. ve Zhang, Y. (2018). Airlines economics and finance. N. Halpern ve A. Graham içinde, *The routledge companion to air transport management* (s. 171-188). Abington: Routledge.
- Zhang, Q., Yang, H., Wang, Q., Zhang, A., Zhang, Y. (2020). Impact of high-speed rail on market concentration and Lerner index in China's airline market. *Journal of Air Transport Management*, 83.
- http-1:** <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 07.03.2023)
- http-2:** <https://ajet.com.tr/medya/basin-ve-duyurular/basin-bulteni-detay> (Erişim tarihi: 01.05.2024)

EK-1. Etik Kurul Onay Belgesi

Evrak Kayıt Tarihi: 26.04.2024

Protokol No: 726252

Tarih: 28.05.2024



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Yüksek Lisans Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Havayolu Taşımacılığında Piyasa Yapısı ve Rekabet: Türkiye Havayolu Taşımacılığı Pazarında Yoğunlaşmanın Ölçülmesi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Doç. Dr. Ayla YAZICI
TEZ YAZARI:	Cem AVCI
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu
Prof. Dr. Saime ÖNCE (Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)	
Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ (Başkan Yardımcısı -İkt. ve İdari Bil. Fak.)	Prof. Dr. Fatime GÜNEŞ (Edebiyat Fak.)
Prof. Dr. Yıldız UZUNER (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Erkan YÜKSEL (İletişim Bil. Fak.)
Prof. Dr. Handan DEVECİ (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Kamil ÇEKEROL (Açıköğretim Fak.)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Cem AVCI

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim

- 2010-2017, Lisans, Anadolu Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği
- 2013-2014, Lisans, University of Pardubice, Jan Perner Transport Faculty (Erasmus)
- 2014-2016, Ön lisans, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Hukuk Bölümü, Adalet Programı

Mesleki Geçmişi

- 2021-..., Öğretim Görevlisi, İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Programı
- 2017-2021, Operasyon Koordinasyon Sorumlusu (OCC), Planlama ve Koordinasyon Başkanlığı, MNG Havayolları
- 2017-2017, Güvenlik Beyan Formu Kontrolörü, Güvenlik Müdürlüğü, MNG Havayolları
- 2017-2017, Stajyer, Operasyon Kontrol Merkezi, MNG Havayolları

Yayımları ve/veya Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri

Makaleler

- Avcı, C. ve Ateş, S. (2022). The effects of airport slot allocation method on competition: Empirical analysis of competition through slots at JFK International Airport. *Research Journal of Business and Management*, 9(3), 114-121.

Bildiriler

- Avcı, C. ve Ateş, S. (2022). Evaluation of airport slot allocation method in terms of market concentration and competition. *8th Global Business Research Congress* 'te sunulan bildiri. İstanbul: Işık Üniverisitesi