



T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE ULAŞIM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE HAVAYOLU
FİRMA TERCİHİNİN BELİRLEYİCİLERİ: İZMİR İLİNDE BİR
UYGULAMA

Hazırlayan
Bilge TEKİN

İktisat Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Doç. Dr. Rüştü YAYAR

TOKAT – 2014

TÜRKİYE'DE ULAŞIM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE HAVAYOLU FİRMA
TERCİHİNİN BELİRLEYİCİLERİ: İZMİR İLİNDE BİR UYGULAMA

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 18 / 08 / 2014

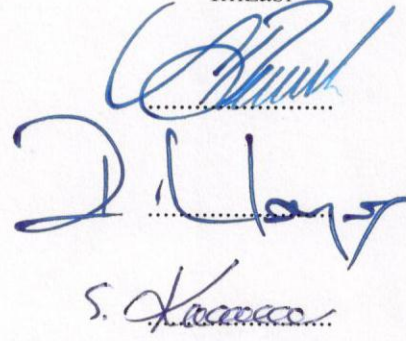
Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

Başkan : Prof. Dr. Salih BARIŞIK

Üye : Doç. Dr. Rüştü YAYAR

Üye : Doç. Dr. Süleyman Serdar KARACA

İmzası

The image shows three handwritten signatures in blue ink. The top signature is for Prof. Dr. Salih BARIŞIK, the middle one for Doç. Dr. Rüştü YAYAR, and the bottom one for Doç. Dr. Süleyman Serdar KARACA. Each signature is written over a dotted line.

Bu tez, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun
14 / 08 / 2014 tarih ve 506 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından oybirliği ile
kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Ali AÇIKEL

Mühür
İmza

T.C.

GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçlara atıf yaptığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

(11/09/2014)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin

Adı ve Soyadı

Bilge TEKİN

.....

TEŞEKKÜR

Çalışmanın her aşamasında bilgi ve tecrübelerini paylaşıp bana her konuda destek olan tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Rüştü YAYAR' a teşekkürü borç bilirim. İktisat Bölümü Öğretim Üyelerine, beni aydınlatan ve sorularıma içtenlikle cevap veren fakültemiz araştırma görevlilerine, bölümdeki arkadaşlarıma ve desteklerini eksik etmeyen dostlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Çalışma kapsamında görüştüğüm tüm tüketicilere de zaman ayırdıkları ve içtenlikle yanıt verdikleri için teşekkür ederim.

Özellikle yaşamım boyunca her türlü maddi ve manevi desteklerini, sevgilerini ve ilgilerini benden esirgemeyen babam Ali TEKİN'e, annem Kadriye TEKİN'e ve abim Tolga TEKİN'e sabırlarından ve güvenlerinden dolayı şükranlarımı sunarım. Üniversiteye kayıt yaptırdığım günden itibaren emeğini ve ilgisini esirgemeyen, başta ikinci babam olan Harun YÜKSEL'e ve diğer tüm aile büyüklerime en içten teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım.

Bilge TEKİN

Eylül-2014



Sevgili Babama...

ÖZET

Gün geçtikçe lüks görünümünden çıkıp, zaman kavramının çok önemli olduğu günümüzde ihtiyaca dönüşen havayolu ulaşımı ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı; havayolu seyahatleri sürecinde bireylerin firma tercihinde hangi faktörlerin etkili olduğunu ve bu faktörlerin nasıl bir etki yarattığını belirlemektir.

Çalışmanın birinci bölümü araştırma konusunun mikro ekonomik boyutundan oluşmaktadır. Talep kavramını, firma ve tüketici profilinden inceledikten sonra oligopol piyasasına giriş yapılmıştır.

Ulaştırma sektörü büyük ve analiz edilmesi zor sektörlerden biridir. İkinci bölümde sektör hakkında bilgiler vermekle başlangıç yapılmış, ardından ekonomik göstergelerle sektör büyüklüğü açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu amaç doğrultusunda ekonometrik analiz için Multinomial Logit Model kullanılmıştır. Tüketicie yöneltilen bağımlı değişkenin üç seçenekli olması model seçiminden önemli rol oynamıştır. Bu analiz, firma tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yöneliktir. Elde edilen bulgulara göre bilet fiyatlarının uygunluğu, erken rezervasyon indirim seçenekleri, firmaların konfor durumu, aktarmasız uçuş seçenekleri, firmanın kamu malı olması, servis ikram zenginliği, kişisel ortalama gelir ve bireyin risk faktörüne karşı tutumunun firma tercih etme sürecinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Ayrıca tahmin edilenin aksine cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve meslek grupları gibi demografik faktörlere göre firma tercihinin farklılık göstermediği yapılan analizler sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Havayolu Firma Tercihi, Ulaştırma Sektörü, Multinomial Logit Model, Adnan Menderes Havalimanı

ABSTRACT

Many researches have been carried out on airway transportation which has stopped being regarded as a luxury and has become a need today with the increase of the significance of time. The aim of this study is to find out which factors are influential in company preferences of people concerning airway transportation and how these factors are influential.

First part of the study deals with the micro economic dimension of the research subject. Once the demand concept was studied from the point of company and consumer, oligopoly market was introduced.

Transportation market is among the ones that are big and difficult to analyse. The second part began with information about the market then size of the market was tried to be explained using economic indicators.

In this respect, Multi-nominal Logit Model was used for econometric analysis. It was significant in model election that the dependant variable directed to the consumer had three options. This analysis was intended for finding out which factors were influential in company preferences. The findings revealed that affordability of tickets, early reservation discounts, comfort of companies, direct flight options, the company's being a government property, richness of offerings, average personal income and attitude of the person against the risk factors were influential in their company preferences.

It was also revealed in analysis as opposed to expectations that, company preferences did not change according to demographical factors such as gender, age, education or occupation.

Key Words: Airline Firm Preference, Transportation Industry, Multinomial Logit Model, Adnan Menderes Airport

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ETİK SÖZLEŞME.....	i
TEŞEKKÜR.....	ii
İTHAF (ADAMA).....	iii
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BÖLÜM I

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE TALEP TEORİSİ

1.1. TALEP TEORİSİ	4
1.1.1. Talep Tanımlamaları.....	4
1.1.2. Talebi Etkileyen Faktörler.....	6
1.1.1.1 Malın Fiyatı.....	7
1.1.1.2 İkame Malların Fiyatları.....	8
1.1.1.3 Tamamlayıcı Malların Fiyatları.....	8
1.1.1.4 Tüketici Geliri.....	9
1.1.1.5 Tüketicinin Zevk ve Tercihleri.....	10
1.1.1.6 Rasyonel Beklenti.....	11
1.2 TÜKETİCİ TEORİSİ.....	12
1.2.1 Kardinal Fayda Yaklaşımı.....	12
1.2.2 Ordinal Fayda Yaklaşımı.....	14
1.3 FİRMA TEORİSİ	16
1.3.1 Firma, Endüstri ve Piyasa	16
1.3.2 Mal ve Hizmet Piyasaları.....	17
1.3.2.1 Tam Rekabet Piyasası	17
1.3.2.2 Monopol Piyasası.....	18

1.3.2.3 Monopolcü Rekabet Piyasası.....	19
1.3.2.4 Oligopol Piyasası.....	19

BÖLÜM II

ULAŞIM SEKTÖRÜ

2.1. ULAŞIM SEKTÖRÜNÜN TANIMI.....	22
2.2. ULAŞTIRMA ÇEŞİTLERİ.....	22
2.2.1 Demiryolu Ulaşımı.....	23
2.2.2 Karayolu Ulaşımı.....	24
2.2.3 Denizyolu Ulaşımı.....	26
2.2.4 Havayolu Ulaşımı.....	27
2.3 HAVAYOLU ULAŞIMININ GELİŞİMİ.....	28
2.3.1 Havayolu Ulaşımının Dünya'daki Gelişimi.....	28
2.3.2 Havayolu Ulaşımının Türkiye'deki Gelişimi.....	31
2.3.3 T.C. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Havayolu Ulaşımı.....	35
2.3.4 Havayolu Ulaşımının Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	38
2.3.5 Türkiye'de Sivil Havacılık Tarihi.....	42
2.3.6 Türkiye'de Faaliyet Gösteren Havayolu Firmaları.....	43
2.3.6.1 Türk Hava Yolları.....	43
2.3.6.2 Pegasus Havayolları.....	44
2.3.6.3 Diğerleri.....	44
2.4 ADNAN MENDERES HAVALİMANI.....	46
2.4.1 Havalimanının Fiziki Özellikleri.....	46
2.4.2 Gelişimi ve Mevcut Durumu.....	47
2.4.3 Türkiye Ulaşım Sektöründeki Yeri ve Önemi.....	48

BÖLÜM III

HAVAYOLU FİRMA TERCİHİ ARAŞTIRMASI

3.1. HAVAYOLU FİRMA TERCİHİ ARAŞTIRMASI.....	49
3.2. LİTERATÜR ÖZETİ.....	49
3.3. ARAŞTIRMANIN MATERYAL ve YÖNTEMİ.....	54
3.3.1. Materyal.....	54
3.3.2. Yöntem.....	55
3.4. ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ BULGULAR.....	60
3.4.1. Tanımlayıcı İstatistikler.....	60

3.4.2. Ekonometrik Model.....	62
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	76
KAYNAKÇA.....	80
EK 1	86
EK 2.....	88
ÖZGEÇMİŞ	91



TABLOLAR LİSTESİ

sayfa

Tablo 1.1: Bireysel Talep Şedülü.....	5
Tablo 2.1: Havayolu Ulaşımında Sahip Olunan İkili Müzakereler	33
Tablo 2.2: Türkiye'nin Toplam Yolcu Trafığı.....	34
Tablo 2.3: Türkiye'nin Toplam Yolcu Trafığındeki Gelişme.....	34
Tablo 2.4: Havacılık Sektöründeki İstihdam ve Ciro Miktarı.....	38
Tablo 2.5: Havayolu Sektörü Uçak Sayısı ve Koltuk Kapasitesi (2004-2013).....	39
Tablo 2.6: İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Sabit Fiyatlarla GSYH (Milyon TL).....	40
Tablo 2.7: İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Sabit Fiyatlarla GSYH Büyüme Hızı.....	41
Tablo 2.8: THY Uçak Filosu (2014).....	43
Tablo 2.9: Havayollarına Göre Uçak Filo Durumu.....	45
Tablo 2.10: Türkiye ve İzmir Adnan Menderes Havalimanı Yolcu Sayıları.....	47
Tablo 3.1: Analizde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler.....	58
Tablo 3.2: Seyahatlerde Tercih Edilen Havayolu Firmaları İçin Tercih Dağılımı	59
Tablo 3.3: Bilet Fiyatlarının Uygunluğu ile Havayolu Firma Tercihi	61
Tablo 3.4: Firmaların Erken Rezervasyon İndirim Durumu İle Havayolu Firma Tercihi.....	61
Tablo 3.5: Firmaların Servis-İkram Zenginliği İle Havayolu Firma Tercihi.....	62
Tablo 3.6: Firmaların Daha Konforlu Olması İle Havayolu Firma Tercihi.....	62
Tablo 3.7: Firmaların Aktarmasız Uçuş Seçenekleri İle Havayolu Firma Tercihi.....	63
Tablo 3.8: Firmaların Kamu Malı Olma Durumu İle Havayolu Firma Tercihi.....	63
Tablo 3.9: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 1.001-2.000 TL Olması İle Havayolu Firma Tercihi.....	64
Tablo 3.10: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 2.001-3.000 TL Olması ile Havayolu Firma Tercihi.....	65
Tablo 3.11: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 3.001-4.000 TL Olması ile Havayolu Firma Tercihi.....	65
Tablo 3.12: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 4.001 TL ve Daha Fazla Olması ile Havayolu Firma Tercihi.....	65
Tablo 3.13: Bireyin Düşük Düzeyde Risk Alma Durumu ile Havayolu Firma Tercihi.....	66
Tablo 3.14: Bireyin Orta Düzeyde Risk Alma Durumu ile Havayolu Firma Tercihi.....	67
Tablo 3.15: Bireyin Risk Alma Durumu ile Havayolu Firma Tercihi.....	67
Tablo 3.16: Havayolu Firma Tercihi Bulguları.....	68
Tablo 3.17: Model Fitting Information (Model Uyumluluk Bilgisi).....	68

Tablo 3.18: Goodness-of-Fit (Uyum İyiliği).....	68
Tablo 3.19: Modelin R ² Tablosu.....	69
Tablo 3.20: Firma Tercih Modeline İlişkin Sınıflandırma Tablosu.....	70

ŞEKİLLER LİSTESİ

Grafik1.1 : Bireysel Talep Eğrisi	6
Grafik1.2 : X Malına Ait Piyasa Talep Eğrisi.....	7
Grafik1.3: İkame Mallardan Birinin Fiyatındaki Değişmenin Talebe Etkisi.....	8
Grafik1.4: Tamamlayıcı Mallardan Birinin Fiyatındaki Değişmenin Talebe Etkisi.....	9
Grafik 1.5: Tüketici Gelirindeki Artışın Talebe Etkisi	10
Grafik 1.6: Tüketici Zevk ve Tercihlerindeki Değişmenin Talebe Etkisi.....	11
Grafik 1.7: Beklentilerdeki Değişmenin Talebe Etkisi.....	11
Grafik 1.8 : Ordinal Faydacılara Göre Tüketici Dengesinde.....	16
Şekil 3.1: MNLM için Havayolu Firma Tercih Yapısı.....	60

KISALTMALAR LİSTESİ

ADB:	Adnan Menderes Havalimanı
CP:	Ceteris Paribus
DHMİ:	Devlet Hava Meydanları İşletmesi
DPT:	Devlet Planlama Teşkilatı
ECAC:	Avrupa Sivil Havacılık Konferansı
EUROCONTROL:	Avrupa Hava Seyrüsefer Güvenlik Teşkilatı
GSYH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
ICAO:	Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü
JAA:	Avrupa Havacılık Otoriterleri Birliği
MNLM:	Multinomial Logit Model
SHGM:	Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
THY:	Türk Hava Yolları
TÜBİTAK:	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

GİRİŞ

Ulaştırma; kişilerin, eşyaların, hizmetlerin ve bilgilerin ekonomik, hızlı ve güvenli olarak, fayda sağlayacak şekilde yer değiştirmesidir. Ulaşım, ülkelerin kalkınmışlık düzeyinin belirlenmesinde önemli bir göstergedir. Dünyada yolcu ve yük taşınmasında ulaşım türlerinden yalnız bir tanesini kullanan ülke neredeyse yoktur. Hemen her ülkede karayolu, demiryolu, havayolu ve denizyolu taşımacılığının birkaçından yararlanılmaktadır (Dilek, 2007: 1).

Hız, konfor ve güvenliğe ilişkin talep ve ihtiyaçlar, ulaşım sistemlerinde bir çeşitlenmeyi beraberinde getirmektedir. Bu çeşitlenme aynı zamanda ulaşım sistemleri arasında büyük bir rekabeti de tetiklemekte, ülkeler bu rekabette üstün gelebilmek amacıyla bu alandaki yatırımlarını arttırmaktadırlar. Temel ulaşım sistemlerinden birini teşkil eden havayolu ulaşımı, diğer ulaşım sistemlerine göre sahip olduğu üstünlükler dolayısıyla her geçen gün daha fazla tercih edilmeye devam etmektedir. Bu gelişme sadece uluslararası taşımada değil aynı zamanda ülke içi ulaşımda da belirgin bir hal almaya başlamış bulunmaktadır. Geçekleştirilen yatırımlar sonucu, Türkiye’de havayolu ulaşımında özellikle son yirmi yılda çok önemli ilerlemeler kaydedilmiş, bu süre zarfında düzenli ulaşım sağlanan havaalanı sayısı on altıdan elli ikiye yükselmiştir (Bakırcı, 2012: 340).

Ekonomik sınırların neredeyse tamamen ortadan kalktığı dünya pazarlarında, başarıyı yakalamanın en önemli koşulunu rekabet gücü oluşturmaktadır. Düşük kârlarla çalışan ve havacılık kurallarının da etkisiyle çok şiddetli bir rekabetle karşı karşıya kalan havayolu işletmeleri, ancak bu rekabete karşılık verip hizmetlerinde fark yaratabilirse ayakta kalabilmektedir. Bunu sağlamak için de müşteri beklentilerini karşılayarak müşteri memnuniyetini sağlamak durumundadırlar (Kaysari, 2011: 3).

Havayolu taşımacılığı, hızlı teknolojik değişimlerin yaşandığı bir sektördür. Geniş kapasiteli, yakıt tasarrufu sağlayan, teknolojik açıdan daha fazla gelişmiş uçakların filoya katılması, havayolu işletmelerinin faaliyetleri ve hizmet kalitesi üzerinde önemli etkilerde bulunmuş, sektörde özelleştirmelerin artması ise sektörün yapısını değiştirmiş ve sektörü, tüketicilerin söz sahibi olduğu bir duruma getirmiştir. Türkiye'de havayolu taşımacılığına bakıldığında ise farklı büyüklükte elli iki havaalanının bulunduğu görülmektedir. Başlıca uluslararası havaalanları İstanbul (Atatürk), Ankara (Esenboğa) ve İzmir (Adnan Menderes)'dedir (Kaya, 2008: 4).

Bu bağlamda çalışmanın amacı, önemli bir sektör olan ulaştırma sektörünün Gayri Safi Yurt içi Hasıla (GSYH) içindeki payını ortaya koyarak *ulaştırma sektörünün* Türkiye Ekonomisindeki önemini ortaya çıkarmak, teknolojik çağın getirdiği farklılık yaratma zorunluluğunda sektörün ihtiyaçlarını belirlemek ve havayolu ulaşım sektöründeki tüketicilerin firma tercihiinde bulunurken etkisi altında kaldıkları faktörleri belirlemektir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde tüketici davranışları ve talep teorisi yer almaktadır. Bölüm içinde öncelikle tüketici teorisinden bahsedilmekte ve bu konuyla alakalı olarak faydanın ölçülebileceğini savunan kardinal ve faydanın ölçülemeyeceğini savunan ordinal faydacıların görüşlerine yer verilmiştir. Ardından talep teorisine geçilmiş ve talebi etkileyen faktörlerle devam edilmiştir. Birinci bölümün son kısmında ise firma teorisi açıklanmaktadır. Firma, endüstri ve piyasa kavramları açıklanmış devamında bilinen piyasa türlerine açıklamalar getirilmiştir. Havayolu firmalarının da içerisinde olduğu oligopol piyasası üzerinde durularak piyasanın varsayımlarından ve örgütlenme biçimlerinden bahsedilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, ulaştırma sektörüne giriş yapılmaktadır. Bölüm içinde sektörün tanımı yapılmış ve ulaştırma çeşitleri gruplandırılarak bilgi verilmiştir. Havayolu ulaşımı ayrı bir başlık altında incelenmiş ve havayolu ulaşımının Dünyada ve Türkiye'deki

gelişimi hakkında verilere yer verilmiştir. Türk Sivil Havacılık tarihinin hangi evrelerden geçtiği ve günümüzdeki durumu detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Uygulama alanı olarak seçilen Adnan Menderes Havalimanı hakkında bilgilendirmelerle ikinci bölüm sonlandırılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise öncelikle literatür çalışmalarına değinilmiş ve devamında araştırmanın materyal ve yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir. Ardından İzmir Adnan Menderes Havalimanından seyahat eden bireylerin firma tercihlerini etkileyen faktörler multinomial logit model ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Ulaştırma sektörü giderek gelişmekte olan bir sektör olma özelliği taşımaktadır. Rekabet artışıyla birlikte tüketicilerin tercihleri değişmekte ve sektördeki firmaların ayakta kalması zorlaşmaktadır. Yapılan bu çalışma ile tüketici tercihinde etkili olan faktörler belirlenmekte ve sektöre katkı sağlanmaktadır. Bu yönüyle çalışma iktisat literatüründe önem arz etmektedir. Tüketicinin hangi firmaları neden tercih ettikleri çalışmanın sonuç kısmında açıklanmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda havayolu ulaşımı sektöründe faaliyet gösteren firmalara yol gösterici bilgiler sunulmuştur.

BÖLÜM I

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE TALEP TEORİSİ

Tüketici davranışı; Ekonomi, Pazarlama, Psikoloji ve Sosyoloji bilim dallarını ilgilendiren önemli konulardan birisidir. Tüketici davranışları, hangi mal ve hizmetlerin satın alınacağı, kimden, nasıl, nereden, ne zaman satın alınacağı ve satın alınıp alınmayacağına ilişkin bireylerin kararlarına ait süreçtir. Bireylerin, özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanabilmektedir.

1.1. TALEP TEORİSİ

Talep teorisi, talebi etkileyen çeşitli faktörlerin belirlenmesini amaçlamaktadır.

1.1.1. Talep Tanımlamaları

İktisatçılar, satın alma ile desteklenen isteği talep olarak değerlendirmektedirler. İlk olarak karıştırılmaması gereken unsur, talep ve isteğin birbirinden farklı terimler olduğudur. Bir isteğe talep diyebilmek için onun satın alma gücü ile destekleniyor olması gerekmektedir (Dinler, 2009: 48)

Tüketicinin bir maldan talep ettiği miktar ile talep miktarını etkileyen tüm değişkenler arasındaki ilişkiyi, bireysel talep fonksiyonu tanımlar. Bireysel talep fonksiyonunun bir varsayımı vardır ki, o da, malın fiyatı dışındaki tüm değişkenlerin sabit tutulduğu varsayımdır. İktisatta buna “ceterisparibus (cp)” denmektedir. Tüm tüketicilerin belirli bir dönemde satın almak istedikleri ve satın alma gücüne sahip oldukları mal miktarına piyasa talebi denilmektedir. Bir malın piyasa talebini o malın fiyatı ile ilişkilendiren eğri ise piyasa talep eğrisi olarak tanımlanmaktadır (Ünsal, 2012: 66-69).

Bireysel talep fonksiyonu şu şekildedir,

$$Q_{dx} = f(P_X, m, P_S, P_C, T, P_{XE}, m_E, \dots) \quad (1)$$

1 nolu fonksiyon, bir tüketicinin belirli bir dönemde satın almak istediği X malı miktarının, malın (kendi) fiyatına (P_x), tüketicinin parasal gelirin (m), ikame ve tamamlayıcı malların fiyatlarına (P_s, P_c), tüketicinin zevk ve tercihlerine (T) ve tüketicinin gelecekteki fiyat ve gelir düzeyine ilişkin beklentilerine (P_{xE}, m_E) bağlı olduğunu ve dolayısıyla da söz konusu değişkenlerden biri veya birden fazlası değişince, satın alınmak istenen X malı miktarının da değişeceğini belirtir. Fonksiyonun matematiksel formu ise şu şekildedir:

$$q_{dx} = a_1 P_x + a_2 m + a_3 P_s + a_4 P_c + a_5 P_{xE} + a_6 m_E \quad (2)$$

a_1, a_2, \dots, a_6 : talep edilen miktarı P_x, m, \dots, m_E ile ilişkilendiren parametrelerdir (Ünsal, 2012: 65)

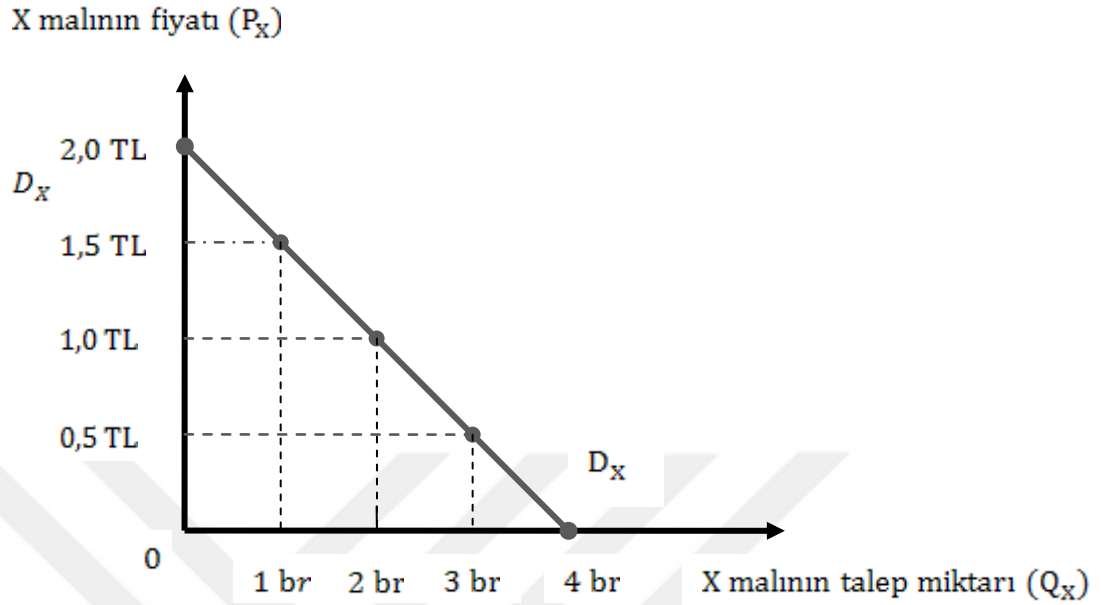
Talep fonksiyonunda, malın fiyatı dışındaki faktörler sabit kalmak koşuluyla, ceteris paribus (cp), fiyatlar düştükçe talebin artması veya fiyatlar yükseldikçe talebin azalması durumuna *talep kanunu* denilmektedir. Talebi etkileyen diğer etkenler sabit kalmak koşuluyla, çeşitli fiyatlardan tüketicilerin satın almak istedikleri miktarlar alt alta yazıldığında ortaya bir talep çizelgesi çıkmaktadır. Bu çizelgeye talep şedülü adı verilmektedir (Dinler, 2009: 48). Tablo 1.1’de talep şedülüne bir örnek verilmiştir

Tablo 1.1: Bireysel Talep Şedülü

	Malın Fiyatı	Talep Edilen Mal Miktarı
A	2,0	0
B	1.5	1
C	1,0	2
D	0.5	3
E	0,0	4

Tablo 1.1’ de malın fiyatı 2 TL iken talep miktarı 0 (sıfır)dır. Fiyatta azalışlar gerçekleştikçe talep miktarında bir artış söz konusudur. En son olarak, fiyat 0 (sıfır)’ a

eşitlendiğinde talep miktarı 4 birim olmaktadır. Tablo 1.1' deki verilerle çizilen bireysel talep eğrisi grafik 1.1'de görülmektedir.



Grafik 1.1: Bireysel Talep Eğrisi

1.1.2. Talebi Etkileyen Faktörler

Tüketicinin mal ve hizmet talebini etkileyen birçok faktör vardır. Talep edilen miktara etki eden faktörler aşağıda başlıklar halinde açıklanmaktadır. Bu faktörleri basit bir fonksiyonel biçimde açıklamak gerekirse;

$$Q_{dx} = f(P_x, m, P_s, P_c, T, P_{xE}, m_E, \dots) \quad (3)$$

Q_{dx} : Talep edilen X miktarı

T: Zevk ve tercihler

P_x : X malının fiyatı

P_{xE} : Tüketicinin X malı için fiyat düzeyindeki değişim beklentisi

P_c : Tamamlayıcı malın fiyatı

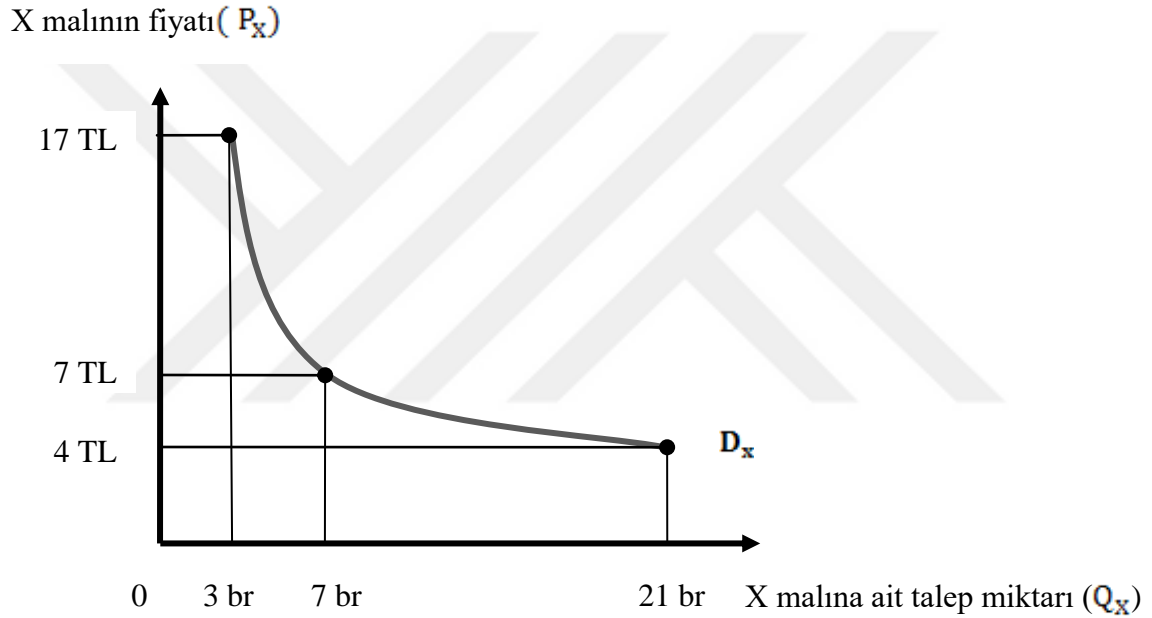
m_E : Tüketicinin gelir düzeyindeki değişim beklentisi

P_s : İkame malın fiyatı

m: Tüketici geliri

1.1.2.1. Malın Fiyatı

Diğer faktörler sabitken, bir malın fiyatı değişirse o mala ait talep miktarında bir değişim meydana gelir. Fiyat düştüğünde, o mala ait talep miktarı artar ($P_x \uparrow \downarrow; Q_x \downarrow \uparrow$). Malın fiyatıyla talep edilen miktar arasında ters yönlü bir ilişki mevcuttur.

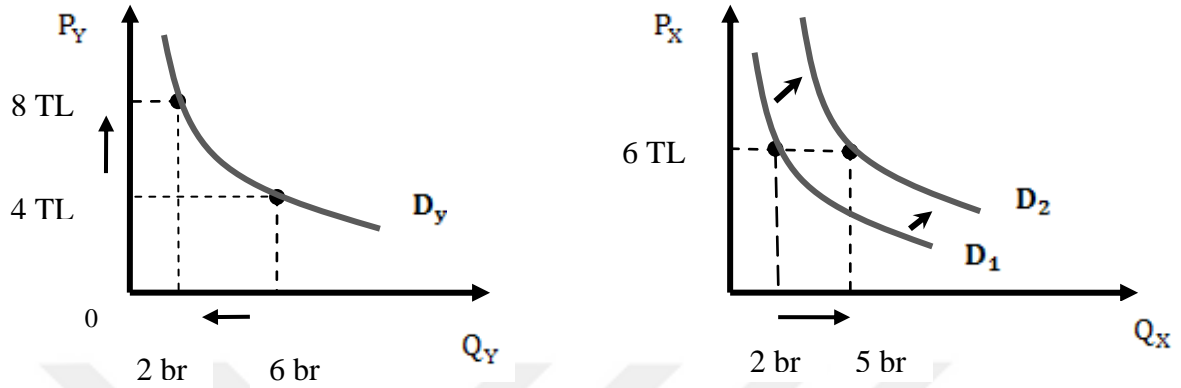


Grafik1.2: X Malına Ait Piyasa Talep Eğrisi

Grafik1.2' de görüldüğü üzere X malının fiyatı düştükçe X malına olan talep miktarı artmaktadır. Aynı durum fiyatı yükseldiğinde talep edilen miktarın azalması şeklinde görülmektedir. X malının fiyatı 17 TL iken 3 birim talep edilmekte, fiyatı 4 TL ye düştüğünde 21 birim talep edilmektedir. Açıkça görülmektedir ki fiyat ve talep edilen miktar arasında ters yönlü bir ilişki mevcuttur ve iktisat literatüründe buna talep kanunu denir.

1.1.2.2. İkame Malların Fiyatları

Aynı ihtiyacı karşılamak için birbiri yerine kullanılabilen mallara *ikame mallar* denilmektedir. X malının talep miktarıyla, ikamesi olan malın fiyatı arasında doğru yönlü bir ilişki söz konusudur ($P_s \uparrow \downarrow; Q_x \uparrow \downarrow$).

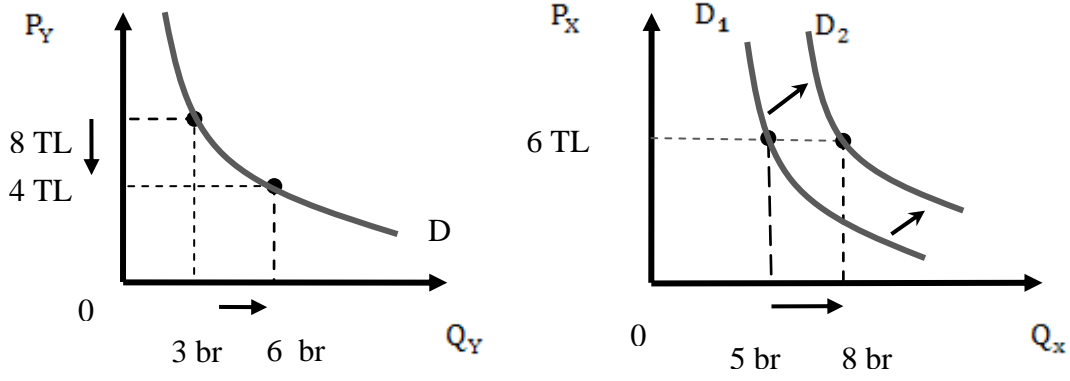


Grafik1.3: İkame Mallardan Birinin Fiyatındaki Değişimin Talebe Etkisi

Y malı X malının ikamesi olmak üzere, Y malının fiyatı (P_Y) 4 TL den 8 TL ye yükselmektedir. Fiyatı yükselen Y malına ait talep miktarı (Q_Y) da 6 birimden 2 birime düşmüştür. Bu durumda Y malının ikamesi olan X malının fiyatında (P_X) bir değişim olmamasına rağmen X malına ait talepte (Q_X) bir artış meydana gelmiş ve X malına ait talep eğrisi D_1 den D_2 ye kaymıştır. Bu durum grafik1.3' de açıkça görülmektedir.

1.1.2.3. Tamamlayıcı Malların Fiyatları

Aynı ihtiyacı karşılamak için biri olmadan diğeri tüketilmeyen veya birbirlerini tamamlayarak tüketilen mallar *tamamlayıcı mallar* denilmektedir (Yaylalı, 2004: 20). X malının talep miktarıyla, tamamlayıcısı olan malın fiyatı arasında ters yönlü bir ilişki söz konusudur ($P_c \uparrow \downarrow; Q_x \downarrow \uparrow$).

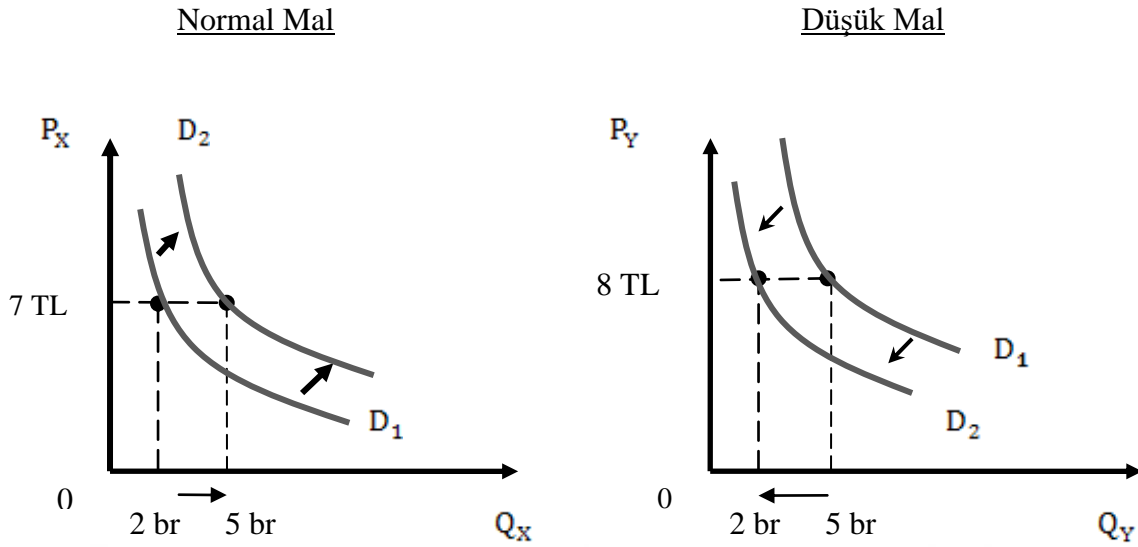


Grafik1.4: Tamamlayıcı Mallardan Birinin Fiyatındaki Değişimin Talebe Etkisi

Grafik 1.4 incelendiğinde, Y malı X malının tamamlayıcısı olmak üzere, Y malının fiyatı (P_Y) 8 TL den 4 TL ye düşmektedir. Fiyatı düşen Y malına ait talep miktarı (Q_Y) da 3 birimden 6 birime yükselmiştir. Bu durumda Y malının tamamlayıcısı olan X malının fiyatında (P_X) bir değişim olmamasına rağmen X malına ait talep miktarında (Q_X) bir artış meydana gelmiştir ve Y malına ait talep eğrisi D_1 den D_2 ye kaymıştır.

1.1.2.4. Tüketici Geliri

Satın alma, talebin en önemli unsurudur. Gelir ve talep arasında doğru orantı söz konusudur. Yalnız bu durum bahsi geçen malın çeşidine göre değişiklik göstermektedir. Tüketicilerin geliri arttığında daha çok tükettiği, gelirinde meydana gelen azalma nedeniyle talep miktarını azalttığı mallara **normal mal** denir ($Q_x \uparrow \downarrow ; m \uparrow \downarrow$). Tüketicilerin gelirlerinde meydana gelen azalma ile birlikte talebinin arttığı, gelirdeki artış ile talebini azalttığı mallara ise **düşük mal** denir ($Q_y \uparrow \downarrow ; m \downarrow \uparrow$).

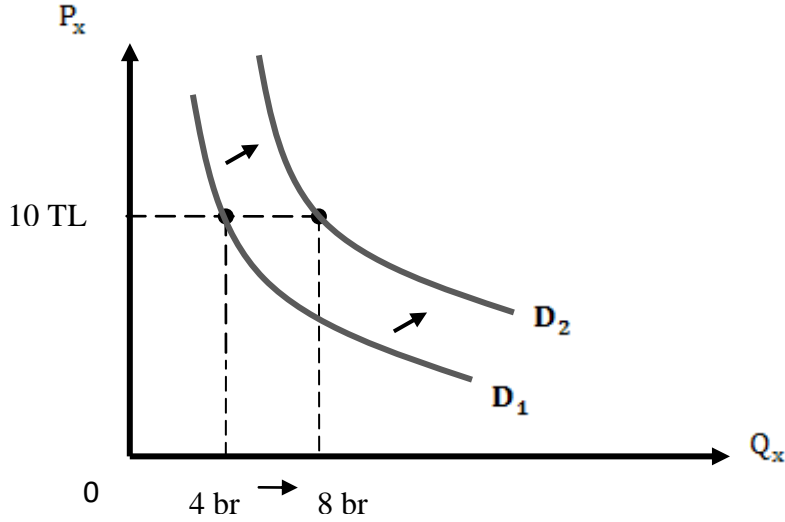


Grafik1.5: Tüketici Gelirindeki Artışın Talebe Etkisi

Grafik 1.5’de görüldüğü üzere, X normal mal ve Y düşük mal olarak kabul edildiğinde, X malının fiyatı(P_X) 7 TL iken tüketici 2birim tüketmektedir. Tüketicinin gelirinde bir artış olduğunda, tüketici normal mal olan X malından talep ettiği miktarı (Q_X) 2 birimden 5 birime çıkarmaktadır. Bu şekildeki bir artış talep eğrisini D_1 den D_2 ye kaydırmaktadır. Y malının fiyatı(P_Y) 8 TL iken tüketici 5 birim tüketmektedir. Tüketicinin gelirinde bir artış olduğunda, tüketici düşük mal olan Y malından talep ettiği miktarı (Q_Y) 5 birimden 2 birime düşürmektedir. Bu şekildeki bir azalış talep eğrisini D_1 den D_2 ye kaydırmaktadır.

1.1.2.5. Tüketicinin Zevk ve Tercihleri

Tüketicinin zevk ve tercihleri belli bir malın lehine değişirse, tüketici o maldan daha çok talep eder. Aynı şekilde aleyhinde gelişen durumlarda ise talep azalır ($T \uparrow \downarrow$; $Q_X \uparrow \downarrow$) (Ünsal,2012: 64).

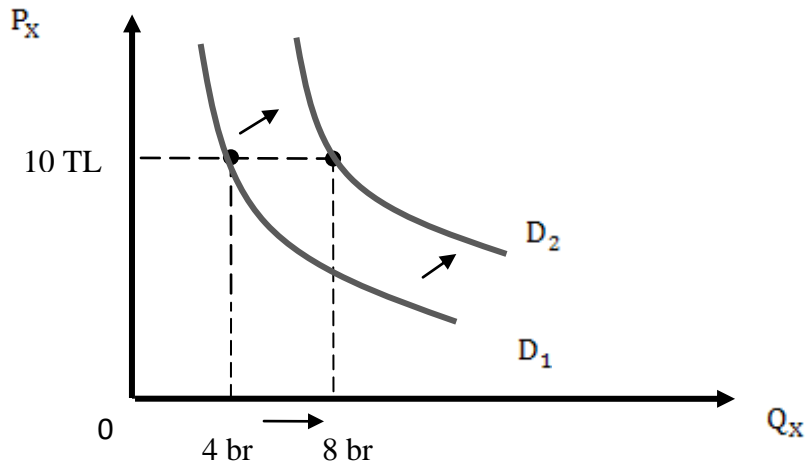


Grafik 1.6: Tüketici Zevk ve Tercihlerindeki Değişmenin Talebe Etkisi

X tercih edilen bir mal olmak üzere, X malının fiyatı (P_x) 10 TL iken tüketici 4 birim tüketmektedir. Tüketicinin X malına yönelmesi durumunda, X malından talep ettiği miktarı (Q_x) 4 birimden 8 birime çıkarmaktadır. Bu şekildeki tercihlerdeki değişim, talep eğrisini D_1 den D_2 ye kaydırmaktadır. Bu durum Grafik 1.6' da açıkça görülmektedir.

1.1.2.6. Rasyonel Beklenti

Tüketiciler gelir düzeylerinin gelecekte değişikliğe uğrayabileceğini düşündükleri zaman satın alma kararları değişebilir. Beklentilerdeki değişim talep eğrisinin tamamen değişmesine neden olur. Gelirlerinde artış bekleyen bireyler daha fazla mal satın alırlar.



Grafik 1.7: Beklentilerdeki Değişmenin Talebe Etkisi

Grafik 1.7’ de tüketici X malının fiyatı 10 TL iken 4 birim talep etmektedir. Rasyonel davranışlar gösteren tüketici, gelirinün yükseleceği beklentisine sahip olduğunda aynı fiyatta olan X malından 8 birim tüketmek istemektedir. Bu durum talep eğrisinin bütünüyle sağa kaymasına neden olmaktadır.

Tüketiciler gelirlerinin gelecekte belirli bir seviyeye ulaşacağını ya da belirli tüketim malların fiyatlarının daha yüksek olacağı beklentisinde olduklarında satın alma kararlarını değiştirebilirler (Dilek, 2007: 36). Beklentilerdeki değişme talep eğrisinin bütünüyle değişmesine sebep olur. Gelir seviyelerinin ileride artacağı beklentisinde olan bireyler daha fazla mal satın alırlar.

1.2. TÜKETİCİ TEORİSİ

Tüketicinin zevk ve tercihleri ile gelir ve fiyat kısıtlamalarını dikkate alarak, maksimum faydayı elde edebilmesi için hangi mal ve hizmetlerden ne kadar satın alacağı, nasıl belirleyeceği (tüketici dengesi) tüketici teorisinin konusudur (Yaylalı, 2004: 92).

Rasyonel (akla uygun) davranan tüketicinin, kendi için daha fazla fayda sağlayan mal ve hizmetleri tercih etmesi gayet doğaldır. Bu düşünceden yola çıkarak tüketici talebinin temelinde fayda unsurunun olduğu söylenebilir. Bu noktadan hareket eden iktisatçılar, faydanın ölçülüp ölçülmeyeceğini tartışmışlardır (Dinler, 2009: 114).

Faydanın ölçülebileceğini savunanlara kardinal faydacılar, faydanın ölçülemeyeceğini savunanlara ise ordinal faydacılar denilmektedir.

1.2.1. Kardinal Fayda Yaklaşımı

Faydanın ölçülebileceğini savunan iktisatçılar, kardinal faydacılar, her mal ya da mal grubunun belirli bir fayda birimiyle ölçülebileceğini kabul ederler ve bu birime *util* ya da *utilon* denilmektedir (Dinler, 2009: 114).

Kardinal fayda yaklaşımının birkaç varsayımı vardır:

- **Tüketicinin rasyonelliği varsayımı:** Bu varsayım gereği tüketici mantıklıdır. Tüketici faydasını maksimum ederken gelirinin sınırlı olduğunu göz önünde bulundurur.
- **Kardinal fayda varsayımı:** Tüketilen mal ve hizmetlerin faydası ölçülebilir. Yani, fayda, belirli bir sayıyla ifade edilebilen ve sayılabilen bir kavramdır. Para dışındaki tüm birimlerle ölçülebildiği kabul edilir.
- **Azalan marjinal fayda varsayımı:** Ard arda tüketilen malların faydaları birbirine eşit olamaz. Tüketilen ilk birim ile beraber tüketim arttıkça fayda artmaya başlar, ancak bir süre sonra tüketim devam ettikçe fayda azalmaya başlamaktadır (Bulmuş, 2008: 21).

Tükettiği malların sağladığı faydaları bilen tüketici, çeşitli mal ve hizmetlerden kendisine en yüksek faydayı sağlayan bileşimi satın aldığı anda, dengeye erişir ve bu dengeyi değiştirmek istemez.

Kardinal faydacıların tüketici dengesinin nasıl oluştuğunu açıklamadan önce bu konuyla alakalı birkaç varsayıma yer vermek gerekir;

- i. Tüketicinin veri olarak alınan dönemde geliri sabittir.
- ii. Veri dönemde, piyasadaki tüm mal ve hizmetlerin fiyatları sabittir ve tüketici bu fiyatları kabullenmektedir.
- iii. Tüketici her malın kendine sağladığı marjinal faydanın (Son birim yararı) ne olduğunu bilmektedir¹.
- iv. Tüketici ussal hareket eder. (Tüketicinin toplam faydası maksimum etmeye yönelik birbiriyle uyuşan kararlar almasıdır.)

Kardinal faydacılar tüketici dengesini aşağıdaki denklem ile açıklamaktadırlar.

$$\text{Tüketici Dengesi} = \frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

¹Marjinal fayda: Bir maldan bir birim daha tüketildiğinde, toplam faydadaki artış, tüketilen son birimin faydası. Azalan marjinal fayda kanunu: Bir kişinin belirli bir maldan tükettiği miktar arttıkça, her ekstra birimin, marjinal fayda, o kişiye sağladığı fayda azalmaktadır. Bu durum azalan marjinal fayda kanunu olarak tanımlanmaktadır.

MU_x : X malının marjinal faydası

MU_y : Y malının marjinal faydası

P_x : X malının fiyatı

P_y : Y malının fiyatı

Kardinal yaklaşıma göre tüketici dengesi, tüketicinin satın aldığı her malın marjinal faydasının fiyatına eşit olması halinde gerçekleşmektedir(Dinler, 2009: 122).

1.2.2. Ordinal Fayda Yaklaşımı

Faydanın ölçülebilir olduğunu savunan kardinal faydacıların tersine faydanın ölçülemeyeceğini fakat malların fayda yönünden birbirileri ile karşılaştırılarak tercih sırasının belirleneceğini savunan iktisatçılara ordinal faydacılar denilmektedir(Dinler, 2009: 119).

Ordinal fayda yaklaşımını teoride farksızlık eğrileri teorisi olarak da görmek mümkündür. Faydanın sıralanabilir olduğunun varsayıldığı farksızlık eğrileri teorisinde tüketici dengesi açıklanırken yararlanılan iki araç vardır. Bunlar farksızlık eğrisi ve bütçe doğrusudur (Ünsal, 2012: 171).

Ordinal fayda yaklaşımının tüketici tercihleri konusunda beş varsayımı vardır:

- **Mal sepetleri arasında sıralama yapıldığı varsayımı:** Tüketici mal sepetleri arasında kararsız kalmamakta ve seçim yapabilmektedir.
- **Geçişlilik varsayımı:** Tüketici mal sepetleri arasında geçişlilik yapmaktadır.
- **Doymazlık Varsayımı:** Daha çok daha azdan daha fazla fayda sağlamaktır. Bu varsayım bahsi geçen tüm malların iyi mallar olduğunu kabul etmektedir.
- **Tercihlerin Sürekliliği Varsayımı:** Tüketicinin birbiri yerine tercih edemediği mallar dışında kayıtsız olduğu mallar da mevcuttur.
- **Tercihlerin Dışbükeyliği Varsayımı:** Tüketici eğer A ve B mal sepetleri arasında kayıtsız ise, A ve B mal sepetlerinin ağırlıklı ortalamasından oluşan bir C sepetini her iki mal sepetine de tercih eder.

Yukarıdaki beş varsayımdan yola çıkılarak farksızlık eğrileri türetilebilir. Bu bağlamda tüketiciye aynı faydayı sağlayan mal bileşimlerinin geometrik yerine de farksızlık eğrisi denilmektedir.

Farksızlık eğrileri teorisinin ikinci temel kavramı ise bütçe doğrusudur. Bütçe doğrusu tüketicinin, geliri ve bahsi geçen malların fiyatları sabit iken, sabit gelirin tümünü harcayarak satın alabileceği mal bileşimlerini gösterir. Bütçe doğrusunun eğimi, malların fiyatları arasındaki orana eşittir. Gelir ve malların fiyatları değiştiğinde bütçe doğrusunun konumu da değişir. Gelir artışında bütçe doğrusu paralel olarak sağa doğru kayar. Gelirdeki azalışlarda ise tam tersi geçerli olmaktadır. Her iki maldan birinin fiyatı değiştiğinde ise bütçe doğrusunun eğimi değişmektedir (Ünsal, 2012: 203-204).

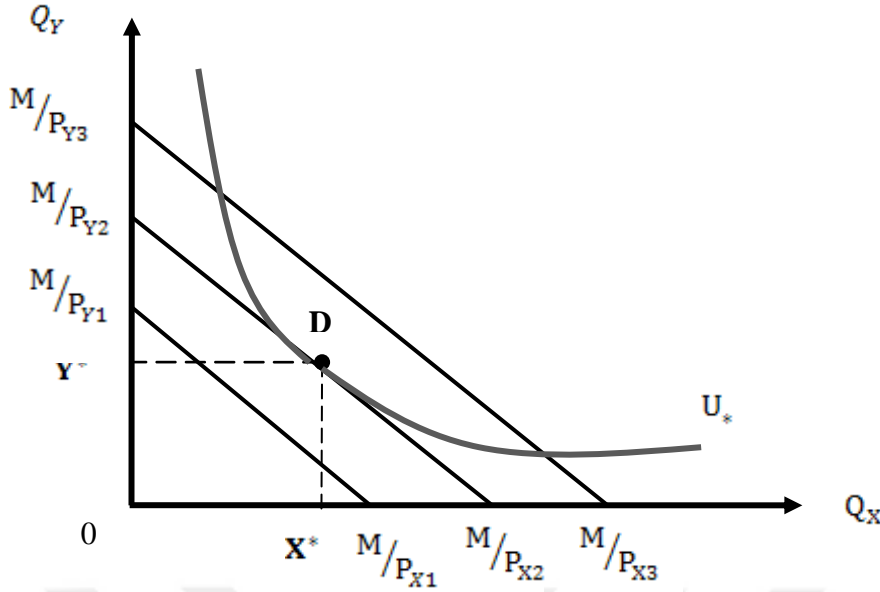
Ordinal faydacılara göre tüketici dengesinde önemli birkaç varsayım mevcuttur.

Bunlar:

- i. Tüketicinin geliri veridir.
- ii. Tüketicinin sadece iki mal satın almaktadır.
- iii. Tüketici iki mal demetinden birini diğerine tercih edebilmektedir.
- iv. Tüketici rasyoneldir.

Ordinal yaklaşıma göre tüketici dengesi geometrik olarak aşağıdaki grafikte gösterilmiştir. X^* ve Y^* , tüketici dengesini oluşturan X ve Y malı miktarlarını göstermektedir.

Talep miktarı, tüketici gelirinin fiyata bölümüyle oluşmaktadır.



Grafik1.8: Ordinal Faydacılara Göre Tüketici Dengesi

U_* : Fayda Eğrisi

Q_Y : Y malının talep miktarı

Q_x : X malının talep miktarı

M: Gelir

P: Fiyat

Tüketici bütçe doğrusunun kendisine sağladığı satın alma imkânlarıyla, en yüksek tatmini sağlayan farksızlık eğrisine (U_*) erişmeye çalışmaktadır (Grafik 1.8). Tüketici bütçe doğrusu üzerinde kendisine en yüksek tatmini sağlayan bileşimde (D noktası) dengeye gelmektedir (Dinler, 2009: 132).

1.3. FİRMA TEORİSİ

1.3.1. Firma, Endüstri ve Piyasa

Bir piyasa yapısı içerisinde faaliyet gösteren firmaların niçin kurulduğu ve onların ne tür fonksiyonlarla tanımlanabileceği sorularına çözüm aramak firma teorisinin konusudur (Çoban,2002: 164).

Kar amacı ile üretim faaliyetine katılan bir kişi ya da birkaç kişinin bir araya gelerek kurmuş oldukları ve sahiplendikleri yapılanmaya firma adı verilmektedir. İktisat literatüründe

ise, malların üretimi ve satışı konusunda karar veren bir birim olarak tanımlanmaktadır. Firmanın büyüklüğü ne olursa olsun amaçları kar maksimizasyondur. Firmalara örnek olarak, bireysel işletmeler, anonim şirketler, oto tamircisi, on binlerce hissedarı olan büyük işletmeler verilebilir (Yıldırım,2012: 6-9).

Firmalar, bir ekonomide mal ve hizmet üretimi için gerekli olan üretim faktörlerini kullanan birimler olarak da algılanmaktadır (Çoban,2002: 173).

Ortak alıcı grubuna hitap eden ve yakın ikame malları üreten satıcılar grubuna da endüstri denilmektedir. Daha geniş bir ifadeyle tanımlamak gerekirse, birbirlerine yakın ikame malları üreten firmalardan oluşan her alt grup birbiri ile doğrudan rekabet eden satıcı gruplarını oluşturmakta ve bu alt gruplara endüstri denilmektedir.

Bir mal veya hizmeti arz edenlerle, bahsi geçen mal veya hizmeti satın almak için talep edenlerin tümü piyasa olarak ifade edilmektedir. Satıcı profilinden bakıldığında, endüstri ve piyasa arasında pek bir fark bulunmamaktadır. Piyasalar alıcıları da kapsadığından, endüstriden daha geniş bir kavramı niteler (Yıldırım,2012: 6-9).

1.3.2. Mal ve Hizmet Piyasaları

Mal ve hizmet üretimi firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir. Firmaların mal ve hizmet üretirken sahip oldukları tek vazgeçilmez amaçları ise maksimum kar elde etmektir. Firmaların piyasalarda nasıl bir davranış sergileyeceği piyasa yapısıyla alakalı bir durumdur. İktisat teorisinde piyasalar yapılarına göre dört başlık altında incelenmektedir. Bunlar; ***tam rekabet piyasası, monopol piyasası, monopolcü rekabet piyasası ve oligopol piyasası***'dır (Ertek, 2009: 249-165).

1.3.2.1. Tam Rekabet Piyasası

Alıcı ve satıcıların, belli koşullar altında hiçbir engel olmadan karşılaştıkları ideal bir rekabet ortamını ifade eden bir piyasa türüdür. Varsayımlar üzerine kurulan ve gerçek

hayattan oldukça uzak olan bu piyasa, günümüzdeki çeşitli piyasaların anlaşılmasında yardımcı olmaktadır (Dinler,2009: 74).

Tam rekabet piyasalarının özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür;

- Bir malın çok sayıda alıcı ve satıcısı bulunmaktadır. Böyle bir durumda tek başına ne alıcı ne de satıcı piyasadaki fiyatı etkileyemez.
- Tam rekabet piyasalarında üretilen mallar birbirinin aynısı ve standarttır, yani homojendir. Bu sebeple herhangi bir üreticinin ürettiği mal diğerlerinden ayırt edilemez.
- Piyasadaki alıcılar ve satıcılar tam bir hareket serbestine sahiptirler. Üretim üretmemek ya da satın alıp almamak tamamen satıcı ve alıcının kararına bağlıdır.
- Tam rekabet piyasadaki tüm birimler piyasadaki durumlar hakkında tam bilgiye sahiptir. Bunun sonucu olarak, hiçbir üreticinin piyasada oluşan en düşük fiyatın altında satış yapmayacağı gibi, hiçbir alıcı da piyasadaki en düşük fiyatın üstünde alım gerçekleştirmez.

Yukarıdaki özelliklerin hepsini birden barındıran piyasaları bulmak zordur. İlk üç özelliğe tahvil ve hisse senedi piyasalarında ve bazı tarımsal piyasalarda rastlamak mümkündür (Yaylalı, 2004: 248-249).

1.3.2.2. Monopol Piyasası

İkamesi zor bir malın üretim ya da satışının tek bir firma tarafından yapıldığı piyasa türüdür. Tek bir satıcının karşısında n tane alıcının olduğu kabul edilir. Bu piyasa türüne bazen “satıcı tekeli” bazen de “tekel” denilmektedir. Monopol piyasalarının belli başlı iki ana özelliği bulunmaktadır.

- Arzı kontrol eden firmanın malının ikamesi çok güçtür.
- Piyasaya giriş engeli bulunmaktadır.

Bu sebeple piyasaya yeni firma girişi yoktur. Zaten firma girişi olduğu takdirde piyasa türü monopol olmaktan çıkmaktadır(Dinler, 2012: 340).

1.3.2.3. Monopolcü Rekabet Piyasası

Tam rekabetçi piyasada olduğu gibi bu piyasada da bulunan firma sayısı fazladır. Anlaşılacağı üzere piyasaya giriş engeli bulunmamaktadır. Tam rekabetçi piyasadan ayrıldığı nokta ise ürünün farklılaştırılmış olmasıdır. Monopolcü gücü elinde bulundurmak isteyen firmanın ürün farklılaştırma konusunda başarısını kanıtlaması gerekmektedir(Yıldırım, 2012: 108).

Yukarıdaki bilgileri özetlemek gerekirse bu tür piyasaların iki ana özelliği mevcuttur:

- Firmalar, farklılaştırılmış ürünlerini satmak için rekabet içindedirler.
- Piyasaya giriş ve çıkışlar serbesttir.

Bu tür piyasalara örnek olarak diş macunu ve sabun üretip satan firmaları göstermek mümkündür.

1.3.2.4. Oligopol Piyasası

Az sayıda alıcı ve satıcının olduğu piyasa türüne oligopol denilmektedir. Az sayıda firma olmasının sonucu olarak piyasadaki firmalar birbirlerinin kararlarından oldukça etkilenmektedirler(Dinler,2009: 236).

Firmaların homojen bir mal ürettikleri varsayılmaktadır. Gerçek hayatta, oligopollerin çoğu farklılaştırılmış mal satmaktadır. Oligopol piyasasında firmalar birbirlerinden bağımsız hareket edemedikleri için, satılan malın niteliği (homojen ya da farklılaştırılmış olması) analizlerde önemli bir etki etmemektedir(Yaylalı,2004: 348).

Oligopol Piyasalarında Örgütlenme Biçimleri

Oligopol piyasalarında örgütlenme biçimleri, yatay ve dikey birleşmeler, holding, kartel ve tröst gibi çeşitlenmektedir. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

i. Yatay ve Dikey Birleşmeler

Aynı sektörde yer alan, benzer mal veya hizmet üreten firmaların bir araya gelmesiyle oluşan birleşmelere yatay birleşmeler adı verilmektedir(Berk, 2000: 455).

Bu tür birleşmelerde amaç, yönetim üstünlüğü sağlamak ve büyük miktarlardaki alım ve satımlardan sağlanacak üretim ve pazarlama maliyetlerindeki tasarrufların yanında işletmenin rekabet gücünü arttırmaktır (Ceylan, 2001: 311).

Ayrıca, pazar payı arttırabilmek, kaynakları etkin kullanabilmek ve üretimde uzmanlaşmak da önemli tercih sebeplerindedir. Yatay birleşmeler, piyasada tekel yaratmak veya işletmelerin bütünleşme derecesini yükseltmek gibi rekabetin sağlıklı yürütülmesini engelleyebilecek sonuçları da vardır (Aydın, Başar ve Coşkun,2007: 476).

Firmaların tedarik ve dağıtım kanalları üzerinde daha etkin güç kazanmak için bir firmanın kendisine mal satan ya da müşterisi olan firmalarla birleşmesi, onları satın alması biçimindeki birleşmelere dikey birleşmeler denilmektedir (Okka, 2009: 875).

Dikey birleşme stratejisi uygulayan işletmeler, üretim derinliği boyutunda büyümeyi hedeflerler (Sayılğan, 2006: 417).

Özellikle 1920'li yıllarda hâkim olan bir birleşme çeşididir. Dikey birleşmelerin nihai üreticilerin fiyat belirleme politikalarını etkilemesi yönünden rekabeti olumsuz yönde etkilemektedir (Şahin ve Yılmaz, 2010: 67-68).

ii. Holding

Günümüzde sık olarak kullanılan örgütlenme biçimidir. Neden olarak, holding şeklinde büyümenin üstünlüklerinin diğer büyüme şekillerinden fazla olması gösterilebilir.

Holding şirketlerini, kendileri ticari ve sınaî bir faaliyette bulunmayan, başka işletmeleri denetlemek amacıyla, onların pay senetlerine yatırım yapan şirketler olarak tanımlamak da mümkündür(Ceylan, 1998: 281).

iii. Kartel

Rekabeti sınırlandırmak için bir alıcı grubu ya da bir satıcı grubu arasında yapılan anlaşmaya kartel denilmektedir. Karteldeki üreticiler çıktı düzeyi ve fiyatın belirlenmesi konusunda açıkça anlaşma sağlamaktadırlar.

Karteller genellikle uluslararası büyüklükte olurlar. ABD gibi ülkelerde firmaların kartelleşmesi yasalarla önlenirken, bazı ülkelerde bu yasaklayıcı yasalar yetersizdir hatta kartelleşmeye açık kapı bırakılmıştır.

Kartelleşmenin başarılı olması iyi bir anlaşma yapılmasına ve bu anlaşmaya sadık kalınmasına bağlıdır (Yıldırım, 2012: 145).

iv. Tröst

Günümüzde az kullanılan işletmeler arası bir birleşme çeşidi olan tröstler, iki ya da daha çok işletmenin yönetimini belli bir grup altında toplamayı amaçlamaktadır. Tröstler tekelleşmeye neden olduğundan birçok ülkede yasaklanmıştır ve bu tür birleşmeler yerini holdingleşmeye bırakmıştır (Ceylan, 1998: 281).

Sektördeki firmaların yatay işbirliğine gitmeleri birbirleriyle hukuki zeminde kaynaşmaları sonucu ortaya çıkmaktadır. Amaç kartelle aynıdır. Serbest ticaretin sınırlandırılması ve kendi lehlerine dönüştürülmesidir. Aynı türden üretimin anlaşma ve sermaye birleştirilmesi yoluyla ortaklaşa yapılmasıdır(Karakaş, 2013: 217).

BÖLÜM II

ULAŞIM SEKTÖRÜ

İktisatçıların yoğun ilgisini çeken konulardan birisi de ulaşım sektörüdür. İnşaat mühendisleri, politika yapıcıları ve şehir planlamacıları da en az iktisatçılar kadar bu alana ilgi duymaktadırlar(Türbedar, 2010: 10).

Bu bölümde ulaşım sektörünü iyi kavramak için öncelikle sektörün tanımı ardından ulaştırma çeşitleri tek tek açıklanmıştır. Daha özele inerek havayolu ulaşımı üzerinde durulmuş, hava yolu ulaşımının Dünya’da ve Türkiye’deki gelişim aşamalarına bakılmış ve günümüz durumu hakkında bilgi verilmiştir.

2.1. ULAŞIM SEKTÖRÜNÜN TANIMI

Basit bir tanım yapmak gerekirse ulaştırma; “insanların, malların ve haberlerin ulaşmasını sağlayan işlerin ve araçların tümü” olarak tanımlanır. Daha geniş bir tanımla ulaştırma, “ihtiyaçları tatmin bakımından, insan ve eşyanın zaman ve mekân faydası yaratacak şekilde yer değiştirmesini sağlayan bir sektördür”. Nesne ya da insanların bir yerden bir yere taşınmasını konu edindiği için ulaştırma, her zaman gündemde var olan bir konu olacaktır (Saatçioğlu, 2006: 9).

Ulaştırma sektörünün heterojen bir yapısı vardır. Diğer sektörlerin özelliklerinin yanı sıra kendine özgü özellikleri de vardır. Bu sebepten dolayı oluşturulacak politikalar diğer sektörleri de etkilemektedir (Aslan, 2009: 21).

2.2. ULAŞTIRMA ÇEŞİTLERİ

Ulaştırma sektörü, karayolu, havayolu, denizyolu, demiryolu ve boru hatları taşıma faaliyetleri gibi alt sistemlerden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra haberleşme, radyo ve televizyon sistemlerinin teknik, ekonomik ve sosyal gereklere uygun olarak kurulması,

geliştirilmesi ve yürütülmesi faaliyetleri de alt sistemler içerisinde yer almaktadır (Saatçioğlu, 2006: 46).

Yukarıda da görüldüğü gibi ulaştırma sistemleri çeşitli başlıklar altında incelenebilir. Yalnız bu çalışmada ulaştırma sistemleri dört alt başlık şeklinde incelenmiştir. Bunlar: Demiryolu Ulaşımı, Havayolu Ulaşımı, Karayolu Ulaşımı ve Denizyolu Ulaşımıdır.

2.2.1. Demiryolu Ulaşımı

Bir yerden bir yere madeni bir yol üzerinde, mekanik bir güçle hareket ettirilen araçlar içinde, insan ve eşya taşımalarını temin eden tesislerin tümüne demir yolu denmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin bugünkü sınırlarındaki ilk demir yolu 1860 yılında bir İngiliz şirketi tarafından kurulan İzmir-Aydın hattının bir kısmıdır. Ardından sırasıyla 1865'te İzmir-Kasaba, 1869-1877 yılları arasında Şark Demiryolları (Rumeli hattı) döşendi. Daha sonra 1872'de Anadolu-Bağdat ve Cenup demir yolları, 1892'de Mudanya-Bursa, 1899'da Horasan-Sarıkamış ve Sarıkamış-sınır hatları yapıldı ve büyük demir yolları olarak Amasya-Samsun demir yolları ağı döşendi ve o yıllar Cumhuriyet dönemi demir yolunun en fazla yapıldığı yıllardır.²

Modernizmin simgelerinden birisi demiryoludur. Sanayi Devrimi'ni gerçekleştiren insanoğlunun güçlüklerden ve kıt kaynakları en verimli biçimde kullanma zorunluluğundan doğan pratik zekâsının en önemli sonuçlarından biridir. Demiryolu, bilimsel yöntem ve rasyonel düşüncenin yansımasıdır. Son yıllarda Türkiye'nin hayali olan yüksek hızlı demiryolu projeleri gerçekleştirilmiştir. Ankara-Eskişehir, Ankara-Konya ve Eskişehir-Konya Yüksek Hızlı Demiryolu hatları tamamlanıp hizmete açılmıştır. Türkiye yüksek hızlı demiryolu hattına sahip dünyada sekizinci., Avrupa'da altıncı ülke konumuna yükselmiştir. Ankara-İstanbul Yüksek Hızlı Demiryolunun inşası tamamlandıktan sonra Türkiye'nin iki büyük

²<http://www.tcdd.gov.tr/> SET: 31.03.2014

kenti birbirine bağlanacaktır. Ankara-Sivas, Ankara-Bursa ve Ankara-İzmir Yüksek Hızlı Demiryolu hatlarında ise çalışmalar devam etmektedir. Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu ve Marmaray / Boğaz Tüp Geçişiyile Modern Demir İpek yolu hayata geçirilmekte ve Uzak Asya-Batı Avrupa demiryolu koridoru işlevsel kılınmaktadır.

İstanbul'da, dünya otoritelerinin mühendislik harikası olarak kabul ettiği, çift akıntının olduğu Boğaz'da, balıkların bile göç yolları dikkate alınarak yapılan, çevreci, dünyanın en derin batırma tüp tüneli tekniğiyle inşa edilen Marmaray 29 Ekim 2013 tarihinde hizmete alınmıştır. İzmir'de EGERAY hayata geçirilmiştir. Bu proje yerel yönetim merkezi hükümet ve kamu kurumu işbirliğinde dünyada örnek gösterilen proje hüviyetini kazanmış ve ödül almıştır. 2003 yılında 15,9 milyon ton yük taşınmışken, 2012 yılında bu sayı 25,7 milyon ton a yükselmiştir. Yük taşıma miktarında %62 oranında artış görülmüştür. 2003 yılında 77 milyon olan yolcu sayısı, 2012 yılında %58'lik artışla 121 milyona yükselmiştir.³

Türkiye'nin son yıllardaki demiryolu ulaşımındaki durumu onuncu beş yıllık kalkınma planlarında şu şekilde açıklanmaktadır; 2012 yılı sonu itibariyle 8.770 km'si konvansiyonel (eski yöntemle döşenmiş) ana hat, 2.350 km'si tali hat(ikinci derece önemli) ve 888 km'si yüksek hızlı tren hattı olmak üzere toplam 12.008 km demiryolu ağı bulunmaktadır. 2009 yılında Ankara-Eskişehir, 2011 yılında Ankara-Konya, 2013 yılında ise Eskişehir-Konya arası yüksek hızlı tren hattı işletmeye alınmıştır. Ayrıca, Gebze-Eskişehir hattının tamamlanarak 2013 yılında Ankara-İstanbul hızlı tren seferlerinin başlatılması öngörülmektedir(DPT, 2014).

2.2.2. Karayolu Ulaşımı

İnsanların, ilk zamanlarda, bir yerden bir diğerine ulaştıkları geçişlere “doğal yollar” adı veriliyordu. Hayvanlarla ya da tekerleğin ortaya çıkmasıyla geliştirilmiş olan araçlarla

³www.ubak.gov.tr/sektörel projeler/demiryolu ulaşımı/ SET: 01.04.2014

yapılan ulaşımın yer aldığı alanlar; dağların geçit verdiği yerler, akarsu vadileri, bataklık olmayan kıyı ovaları, bitki örtüsünün engel oluşturmadığı stepler ve boğazlar idi. Tekerlekli araçların kullanımının yaygınlaşmasıyla, insanların meydana getirdiği ilk yollar ortaya çıkmıştır. Tekerlekli arabalar ve kağnılar için inşa edilen ilk yol sisteminin M.Ö.7'nci yüzyılda Asur İmparatorluğu'nda meydana getirilmiş olduğu düşünülmektedir. Roma yolları, ilk yolların en ünlüleri arasında gelir. Roma ile Brindizi arasındaki Via Appia adı verilen yol, ilk büyük roma yolu olma özelliğinin taşımaktadır ve uzunluğu 259 km'dir. Modern karayollarının yapımı ondokuzuncu yüzyılda iki İngiliz mühendisinin geliştirdikleri bir teknikle başlamıştır. Thomas Telford (1751-1834) ve John London Mcadam (1756-1836) tarafından geliştirilen stabilize yollar hızla yaygınlaşmıştır (Tümertekin ve Özgüç, 2012: 571-574).

Karayolu taşımacılığı, diğer taşıma türlerine göre daha fazla tercih edilmektedir. Bunun nedeni, üretim noktasından tüketim noktasına aktarmasız ve hızlı taşıma yapılmasına uygun olmasıdır. Kendi bünyesinde başlı başına ekonomik bir faaliyet olduğu gibi, diğer sektörlerle de çok yakın ilişkisi olan ve bu sektörleri olumlu veya olumsuz yönde etkileyen bir hizmet türü konumunda olan karayolu taşımacılığının, ekonomik kalkınma ve toplum refahının gelişmesinde büyük önemi vardır. Birçok ülkede, yolcu ve yük taşımacılığında karayoluna olan talebin sürekli artan bir eğilim gösterdiği, dünya yol istatistikleri incelendiğinde açık bir şekilde görülmektedir(TUBİTAK, 2003: 5-6).

Türkiye 'de karayolu ulaşımına 2013-2014 yılları arasında 96 milyar TL'nin üzerinde yatırım yapılmıştır. 2012 yılı sayısal verilerine göre; Türkiye 'de karayolu ile yapılan yük taşımacılığı 216 milyar ton-km'ye, yolcu taşımacılığı 259 milyar yolcu-km'ye ve gerçekleşen toplam yol kullanımı 94 milyar taşıt-km'ye ulaşmıştır.1998-2012 yılları arasında taşıt-km değeri toplam %79, ton-km değeri %42, yolcu-km değeri ise %58'lik bir artış söz konusudur. Türkiye 'de ortalama 17,7 milyon taşıt bulunmaktadır. Bu taşıtların 9 milyonunu otomobiller

oluşturmaktadır. Türkiye’de otomobil sahipliği diğer ülkelerle kıyaslandığında henüz doygunluk seviyesine ulaşmamıştır. 1.000 kişiye düşen otomobil sayısı 118’dir. Ulaşımında gelişmişlik ve ekonomik gelişme açısından, kişi başına düşen taşıt sayısı önemli bir göstergedir(Ulaştırma Bakanlığı, 2014: 18-19).

Türkiye’nin son yıllardaki karayolu ulaşımındaki durumu onuncu beş yıllık kalkınma planlarında şu şekilde açıklanmaktadır; 2012 yılı sonunda otoyol ağının uzunluğu 2.236 km’ye, bölünmüş yol uzunluğu otoyollarla birlikte 22.253 km’ye, ağır taşıt trafiğine uygun bitümlü sıcak karışım (BSK) kaplamalı yol ağı uzunluğu ise 15.386 km’ye ulaşmıştır. Bu kapsamda 15.000 km uzunluğunda bölünmüş yol ağı hedefi ve 14.500 km BSK’lı yol ağı uzunluğu hedefi aşılmıştır. Karayolu yolcu taşımacılığında piyasanın kendi içerisinde ve diğer taşımacılık türlerinden gelen rekabet baskısı sonucu hizmet kalitesi yükselmiştir(DPT, 2014).⁴

2.2.3. Denizyolu Ulaşımı

Demiryolu taşımacılığına oranla denizyolu taşımacılığı 3,5 kat, karayolu taşımacılığına oranla yedi kat daha ucuzdur. Bu nedenle Dünya ticaretinin yaklaşık %80’ni denizyolu ile yapılmaktadır. Teknolojik gelişmelere ayak uydurulması ile gemilerin süratlerinin ve boyutlarının artması uzaktaki pazarlara da kolayca ulaşılmasını sağlamıştır(TUBİTAK, 2003: 8).

Ticari taşımacılıkta dünya üzerinde en fazla tercih edilen sektör, denizyolu dur. Bunun nedenleri arasında; deniz taşımacılığında bir defada çok fazla yük çok uzak mesafelere taşınabilmesi, taşınan malın minimum düzeyde hasar görmesi ve sınır aşımı olmaması yer almaktadır. Bunun yanı sıra denizyolu taşımacılığında, yol yapım ve bakım masrafları da yoktur. Bütün bunlar denizyolu ile yolcu ve yük taşımacılığının, diğer taşıma sektörlerine

⁴ BSK: Bitümlü sıcak karışım. Yol inşaatlarında kullanılan ve avam tabiriyle "kaymak asfalt" olarak adlandırılan kaplama malzemesi. En kaliteli yol yapım malzemesidir.

göre daha ucuz olduğunu göstermektedir.8.400 km'den fazla kıyı şeridiyle, üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye, küresel taşımacılık faaliyetlerinin büyük bir bölümünün gerçekleştirildiği deniz taşımacılığı alanında doğal bir avantaja sahiptir. Türkiye 'de dış ticaret yükünün yaklaşık %87'si denizyolu ile taşınmaktadır. Bu yüzden denizciliğin geliştirilmesi için gerçekleştirilen yatırımlar ve bu alanda yürütülen faaliyetler çok daha önemlidir. Bugün dünya ticareti, 18,3 trilyon dolarlık bir hacme sahiptir. Denizyolunun payı 11 trilyon dolar ile %60'tır(Ulaştırma Bakanlığı/ Sektör Raporu, 2014: 252-253).

2.2.4. Havayolu Ulaşımı

Yürürlüğe 1983 yılında giren 2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu'nun Ticari Hava İşletmeleri Yönetmeliği'nin ilk maddesinde, havayolu taşımacılığının tanımı yapılmıştır. Yapılan tanıma göre; havayolu taşımacılığı, her türlü hava aracı kullanarak belirli bir ücret karşılığında yolcu, yük ve posta taşınması olarak tanımlanmaktadır(Türk Sivil Havacılık Kanunu,1983: 1).

ABD kanunlarında ise; havayolu taşımacılığının tanımı şu şekilde yapılmıştır. Ücret ya da kira karşılığında insanların, malların veya postanın bir hava aracı ile kamuya açık bir hava taşıyıcısı tarafından taşınması havayolu taşımacılığı denilmektedir(Aslan, 2007: 53).

Havayolu taşımacılığı yapan işletmelere havayolu işletmesi (airline/aircarrier) denilmektedir. Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (International Civil Aviation Organization- ICAO)'nün havayolu işletmesini, hava aracı ile bir bedel ya da kira karşılığında taşıma hizmeti sağlayan bir işletme olarak tanımlamaktadır.2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanununda ise, ticari amaçla ücret karşılığında yolcu ve yük ya da her ikisini de birlikte taşıyan işletmeler, ticari hava işletmeleri şeklinde tanımlanmıştır.⁵

⁵ www.shgm.gov.tr

2.3. HAVAYOLU ULAŞIMININ GELİŞİMİ

Havayolu ulaşımı, ulaştırma sektörünün önemli bir alt sektörüdür. Faaliyetleri organize eden ve yöneten kurum ve kuruluşlardan, kullanılan ileri düzeyde teknik araç ve donanımlardan, iletişim sistemlerinden, uzmanlaşmış çalışanlardan, sunulan ürün ve hizmetlerden yararlanan tüketicilerden, ulusal ve uluslararası hukuk kurallarının meydana getirdiği yapıdan oluşan, aynı zamanda kısa sürede çok hızlı teknolojik ve yapısal değişikliklere uyum gösterebilen önemli bir sektördür (Aslan,2007: 53).

Küreselleşme sürecinde etkili olan faktörlerin, havayolu taşımacılığını etkilemesiyle, havayolu taşımacılığı da küreselleşmektedir. Hava taşımacılığı sektörü dünyadaki küreselleşme sürecine de hız kazandırmaktadır. Ekonomik küreselleşme için uygun ortam hazırlayan sektörlerin başında Havayolu taşımacılığı gelmektedir. Aynı zamanda faaliyetlerini uluslararası alana en çok yayan sektörlerden de birisidir. 1980'li yılların başlarından itibaren, sektörde önemli değişimler ve gelişmeler yaşanmaktadır. Havayolu taşımacılığında talep hem artmakta hem de küreselleşmektedir. Havayolu işletmeleri küreselleşen yolcu isteklerini karşılamak zorundadır. Bu sebeple, havayolu taşımacılığı küreselleşme için uygun bir ortam hazırlarken, diğer yandan küreselleşme de havayolu taşımacılığını küreselleştirmektedir (Mühim, 2012: 78).

2.3.1. Havayolu Ulaşımının Dünyadaki Gelişimi

Birçok bilim adamı birbirinden habersiz bir şekilde hava ulaşım araçlarının geliştirilmesi ile ilgili çalışmalarda bulunmuşlardır. Kuş gövdesinin ya da balon prensibine yakın araçların örnek alındığı geriye kalan çizimlerden anlaşılmaktadır. Gerçek havacılık uğraşlarına 1890'lı yıllarda başlanmıştır. Bir Alman mühendis 1891 yılında kendisinin ürettiği bir planörle uçuş denemeleri yapmıştır. 17 Aralık 1903 te Wright Kardeşler, ilk defa motorlu bir uçakla uçmuşlar ve dördüncü denemelerinde 248 metre mesafe kat ederek modern havacılık tarihini başlatmışlardır (Bushanova, 2012: 7).

Hava gemileri (zeplinler) bir süre daha kullanılmıştır. Tüm bilim adamlarının ortak fikri ise geleceğin hava ulaşım araçlarının uçaklar olacağı yönündeydi. 1909 yılında, Fransız Lois Bleriot 'in 25 beygir gücündeki Bleriot-XI tipi uçağı ile Manş Deniz'ini geçmeyi başarması havacılık tarihinde önemli bir gelişmedir (Beaver, 1986: 3).

Wright Kardeşler'in uçuşunu daha büyük ve teknik uçakların yapımı takip etmiş ve birinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla da askeri amaçlı kullanımlar önem kazanmıştır. Savaşa katılan ülkeler yeni uçak modelleri ile uçak üretimlerine hız kazandırmışlardır. Savaşın sona ermesi ile birlikte, 1913 yılında IATA (Uluslararası Hava Trafik Birliği -International Air Traffic Association) ile ilk havayolu şirketleri kurulmaya başlamıştır (Larousse sözlük, 1993: 7494). Ticari hava taşımacılığının başlaması 1920'lere dayanmaktadır (Kaya, 2000: 18).

1920 yılında İngiliz şirketi Handley-Pge, çift motorlu 12 yolcu kapasiteli bir uçak üretmiştir. 1926 yılında ise Armstrong-Whitworth Argosy'un 20 yolcu kapasiteli uçağı Londra ve çeşitli Avrupa şehirleri arasında sefer düzenlemeye başlamıştır. İkinci Dünya Savaşının başlaması ile sivil havacılık duraklama evresine girmiştir. Askeri alanda ise bu bir yarışa dönüşmüştür. Almanlar ilk roketli uçakları kullanmaya başlarken, İngilizler ise radarı geliştirmişlerdir (Arıkan ve Ahıpaşaoğlu, 2005: 127).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, uluslararası sivil hava ulaştırması kısa bir sürede kıtalararası uçuşlara başlamıştır. Hız ve zaman faktörü göz önüne alındığında havayolu ulaşımı diğer tüm ulaşım seçeneklerine göre daha cazip hale gelmeye başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında birçok askeri uçak sivil havacılık için kullanıma geçmiştir. 1990'lı yıllarda kendisini gösteren sivil hava taşımacılığı, gelişen teknolojiyle birlikte günümüze kadar sürmüştür. Bu sektör ulusal ve uluslararası boyutta en hızlı taşımacılık hizmeti sunmaktadır. Yalnız ekonomik açıdan değil kültürel gelişme ve küreselleşme adına da katkılar sağlamaktadır (İçöz, 1996: 15).

2002 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz ve 11 Eylül olayı sonrası oluşan güvensizlik ortamı havayolu ulaştırmasına olan talebi olumsuz etkilemiştir. Tarifeli yolcu trafiği rakamları taşınan ücretli yolcu trafiği açısından sadece % 0,5 oranında bir artış göstermiştir.2003 yılının ilk yarısında SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome- Şiddetli Akut Solunum Sendromu) ve Irak Savaşına bağlı olarak trafikte düşmeler yaşanmıştır. Yılın ikinci yarısında toparlanan sektör % 0,9 oranında bir artış kaydetmiştir(DPT, 9. Kalkınma Planı).2001-2004 yılları arasında yaşanan kayıplar 36 Milyar Dolar'dan fazladır. Bu kayıplara rağmen havayolu ulaştırması 2004 yılını en güvenli yılı olarak yaşamış ve faaliyetlerini sürdürmüştür. 1.8 milyardan fazla kişinin tercih etmesi ile havayolu ulaşımı küresel ekonominin ayrılmaz parçalarından biri olmaya devam etmiştir (Bisignani, 2005, 15).

2003 yılında, dünya genelinde 820 havalimanından 3 milyar 400 milyon yolcu taşınmış, 2002 yılına oranla yolcu taşımada %2; kargo taşımacılığında ise %3 artış gerçekleşmiştir(ICA0, 2004).2004 yılının ilk altı ayında dünya genelindeki havalimanlarında yolcu trafiği bir önceki yıla oranla % 13, kargo trafiği ise %10 artış kaydetmiştir. Havacılık sektöründe yaşanan krizler sonrasında yaralarını en hızlı saran bölge Asya-Pasifik ve Orta Doğu olmuştur. En az artış ise Amerika ve Avrupa da gözlenmiştir.2005 yılında yakıt fiyatlarında yaşanan artış, sektörde krize neden olmuştur. Yakıt fiyatları firmaların karlılığını olumsuz olarak etkilemiştir. Ancak bu durum bölgelere göre farklılık göstermiştir. 2006 yılının ilk beş ayında 1100 havaalanında 1 milyar 100 milyon yolcu taşınmıştır.2005 yılının aynı dönemiyle karşılaştırıldığında %6,5 oranında bir artış gözlenmektedir. Dünyadaki havayolu ulaştırma faaliyetlerinin %90'ı Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifikte yoğunlaşmaktadır. 2004-2008 yılları arasında toplam havayolu trafiğindeki büyüme %4,4 oranında gerçekleşmiştir. Bu oran 2009 yılında %5 civarında 2,1 milyar yolcu olarak kaydedilip, bu oranın %67'si iç hat uçuşundan oluşmaktadır (Bushmanova, 2012: 21).

Havayolu ulaştırma sektöründe önem arz eden konular şu şekilde sıralanabilmektedir; serbestleşme, özelleştirme, birleşmeler ve satın almalar, stratejik işbirlikleri, çevreci düzenlemeler, uçak gövde ve motor teknolojisindeki gelişmeler, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, yolcuların istek ve beklentilerindeki değişimler, havalimanlarında ve hava trafiğinde yaşanan kapasite sorunları, yakıt ve diğer maliyet kalemlerindeki artış, artan rekabetle birlikte fiyatlardaki artış eğilimi, havayolu ulaştırmasını yakından ilgilendiren ulusal ve uluslararası çapta meydana gelen meteorolojik olaylar, salgın hastalıklar, bölgesel ve uluslararası savaş halleri ile ekonomik iniş ve çıkışlardır. Bu konularda meydana gelebilecek her türlü olaylar, havayolu endüstrisinin şekillenmesine ve değişmesine sebep olmaktadır (Doganis, 2006: 12-26).

2.3.2. Havayolu Ulaşımının Türkiye’deki Gelişimi

Hazerfen Ahmet Çelebi ilk bireysel girişimde bulunan kişi olarak hava yolu ulaşımında tarihe geçmiştir. 1600 yılında Galata Kulesi’nden Üsküdar’a 6 km. yolu kendi yaptığı kanatlarla uçmuştur. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de havayolu ulaştırması ile ilgili çalışmalar askeri alanda kendini göstermeye başlamıştır. 1911 yılında Türk Hava Kuvvetleri kurulmuştur. Pilotaj eğitimi için Fesa Bey ve Yusuf Kenan Fransa’ya gönderilmiştir. İlk sivil çalışmalar 1912 yılında Sefa köy yakınlarında bir meydanda gerçekteşirilmiştir. Türk toprakları üzerinde gerçekteşirilen ilk uçuş Türk tayyaresi ile 26 Nisan 1912 yılında Türk pilotu Fesa Bey tarafından gerçekteşirilmiştir. Birinci Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı esnasında Türk Hava Kuvvetlerinin hava hareketleri gerçekteşmiş, 1925 yılında Türk Tayyare Cemiyeti’nin kurulmasıyla Türk Havacılığının kurumsal yapısı oluşturulmuştur. Cemiyetin ismi daha sonraları Türk Hava Kurumu olarak değişmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında uçakların modernleşmesi ve hava alanlarının inşalarıyla beraber sivil havacılık hız kazanmıştır. 1949 da Hava Meydanları bürosu, 1956 yılında Devlet Hava Meydanları İşletmesi kurulmuştur. Havalimanlarının işletilmesi ve uçuş güvenliğinin sağlanması Devlet

Hava Meydanları İşletmesi'ne verilmiştir.1983 yılında kabul edilen 2920 sayılı Sivil Havacılık Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile sivil havacılıkta yeni bir döneme girilmiştir. Bu yasa ile birlikte özel sektöre hava taşımacılığı ve havalimanı işletmeciliği hakkı verilmiştir(Lokman, 2009: 47-48).

Türkiye, uluslararası havayolu sözleşmelerin birçoğuna taraf olmuştur. Uluslararası sözleşmeleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO): Hava taşımacılığında meydana gelen politik ve teknik sorunların çözümüne yardımcı olmak adına,1944 yılında Amerika'nın Şikago kentinde hazırlanan "Şikago Konvansiyonu" dünya ülkelerinin kabul etmesiyle, Uluslararası Sivil Havacılık Teşkilatının kurulması sağlanmıştır. Türkiye 5 Haziran 1945 tarihinde 4749 sayılı kanun ile bu anlaşmaya taraf olmuştur. Üye olan ülke sayısı 188'dir.⁶

Avrupa Sivil Havacılık Konferansı (ECAC): 1955 yılında kurulmuştur. Türkiye ile birlikte 32 Avrupa ülkesi üyesi mevcuttur. ECAC, Avrupa Konseyi, Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü ve Avrupa Topluluğu ile işbirliği içinde çalışmaktadır. Emniyetli, kaliteli, verimli ve güvenilir bir Avrupa Hava Taşımacılık sisteminin gelişmesini teşvik etmek amaçları içerisinde yer almaktadır.

Avrupa Hava Seyrüsefer Güvenlik Teşkilatı (EUROCONTROL): Merkezi Brüksel'de bulunan bu teşkilat, 1960 yılında kurulmuştur. Türkiye 1 Mart 1989 tarihinde üye olmuştur. Hem askeri hem sivil bir organizasyon olan Eurocontrol'ün34 üye ülkesi bulunmaktadır. Avrupa'da tutarlı ve koordineli bir hava trafik kontrol sistemi geliştirmek, ekonomik, akıcı ve emniyetli bir hava trafiği sağlamak amacıyla faaliyet göstermektedir.⁷

Avrupa Havacılık Otoriterleri Birliği (JAA):Avrupa'da uçuş emniyetini en üst düzeye çıkararak, hava aracı kaza sayısını mümkün olan ölçülerde sıfıra indirmek için tamamen teknik konularda çalışmalarını yapan uluslararası bir örgüttür. Nisan 2001 tarihinde

⁶<http://www.icao.int>

⁷<http://www.eurocontrol.int>

ülkemiz, tam üye statüsünü kazanmıştır. 5 aday ve 33 tam üyesi mevcuttur. JAA üyesi ülkelerin düzenli olarak denetimleri yapılmakta, olumsuz sonuçlar gösteren ülkeler üyelikten çıkartılmaktadır(Lokman, 2009: 49).

İkili Anlaşmalar: Yukarıdaki anlaşmalar dışında Türkiye'nin taraf olduğu ikili (155 ülke) ve çok taraflı (67 ülke) havacılık anlaşmaları da mevcuttur. Bu sözleşmelerden bazıları; Hava Taşıtlarında Bazı Suç ve Diğer Eylemlerin Önlenmesi Dair Sözleşme (Tokyo-1963), Uçakların Yasadışı Olarak Ele Geçirilmesinin Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Sözleşme (Lahey-1970), Sivil Havacılık Güvenliğine Karşı Kanundışı Eylemlerin Önlenmesine Dair Sözleşme (Montreal- 1971).⁸

Tablo 2.1: Havayolu Ulaşımında Sahip Olunan İkili Müzakereler

Yıllar	İkili Müzakere Sayısı	Hava Ulaştırma Anlaşması Bulunan Ülke Sayısı
2003	7	81
2004	11	81
2005	11	84
2006	7	86
2007	13	88
2008	16	90
2009	58	107
2010	29	111
2011	51	122
2012	43	143
2013	41	155

Kaynak: <http://www.ubak.gov.tr> SET: 01.04.2014

Türkiye, dünyada yolcu trafiği sıralamasında ilk yirmi arasında bulunan bir havalimanına sahiptir. İstanbul Atatürk Havalimanı 2008 yılında 40'ıncı, 2011 yılında 30'uncu, 2012 yılında 20'nci ve 2013 yılı son verilerine göre ise 17'nci sırada yer almıştır. Faaliyetlerinde artış gösteren bir diğer havalimanı ise Antalya Havalimanıdır. 2008 yılında 71'inci, 2013 yılı son verilerine göre ise 52'nci sırada yer almaktadır.

Avrupa yolcu trafiği sıralamasında ise İstanbul Atatürk Havalimanı, 2008 yılında 10'uncu, 2011 yılında 8'inci ve 2012 yılında 6'ncı sıraya yükselmiştir. 2013 yılı son verilerine

⁸www.ubak.gov.trsektörel projeler(havayolu ulaşımı) SET: 01.04.2014

göre ise 5'inci sırada yer almaktadır. Antalya Havalimanı 2008 yılında 22'nci sırada iken, 2013 yılı son verilerine göre ise artış göstererek 13'üncü sıraya yükselmiştir.⁹

Tablo 2.2: Türkiye'nin Toplam Yolcu Trafığı

Yıllar	İç Hat		Dış Hat		Toplam	
	Yolcu Trafığı	Toplam içindeki payı (%)	Yolcu Trafığı	Toplam içindeki payı (%)	Yolcu Trafığı	Toplam içindeki payı (%)
2003	9 128 124	26,52	25 296 216	73,48	34 424 340	100,00
2004	14 438 292	32,06	30 596 297	67,94	45 034 589	100,00
2005	20 502 516	36,91	35 042 957	63,09	55 545 473	100,00
2006	28 799 878	46,69	32 884 325	53,31	61 684 203	100,00
2007	31 970 874	45,44	38 381 993	54,56	70 352 867	100,00
2008	35 832 776	45,11	43 605 513	54,89	79 438 289	100,00
2009	41 226 959	48,21	44 281 549	51,79	85 508 508	100,00
2010	50 575 426	49,20	52 224 966	50,80	102 800 392	100,00
2011	58 258 324	49,53	59 362 145	50,47	117 620 469	100,00
2012	64 721 316	49,65	65 630 304	50,35	130 351 620	100,00
2013	76 148 526	50,96	73 281 895	49,04	149 430 421	100,00

Kaynak: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Ankara

* Veriler Aralık Sonu Rakamlarından elde edilmiştir.

Tablo 2.3: Türkiye'nin Toplam Yolcu Trafığındeki Gelişme

Yıllar	İç Hat		Dış Hat		Toplam	
	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)
2003	-	100,00	-	100,00	-	100,00
2004	20,91	120,89	-7,54	92,46	30,82	130,82
2005	15,13	139,18	-7,14	85,86	23,34	161,36
2006	26,49	176,05	-15,50	72,55	11,05	179,19
2007	-2,67	171,36	2,34	74,25	14,05	204,37
2008	-0,74	170,09	0,62	74,70	12,91	230,76
2009	6,89	181,80	-5,66	70,48	7,64	248,40
2010	2,04	185,51	-1,90	69,14	20,22	298,63
2011	0,68	186,77	-0,66	68,68	14,42	341,68
2012	0,24	187,22	-0,24	68,52	10,82	378,66
2013	2,63	192,15	-2,60	66,74	14,64	434,08

⁹ www.ubak.gov.trsektörel projeler(havayolu ulaşımı) SET: 01.04.2014

Tablo 2.2 incelendiğinde anlaşılmaktadır ki, Türkiye'nin yolcu trafiği yıllar itibariyle artış göstermiştir. 2003yılı Aralık ayı sonu itibariyle 34 424 340 olan toplam yolcu trafiği 2013 yılının aynı tarihlerinde 149 430 421 olarak belirlenmiştir.

2.3.3. T.C. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Havayolu Ulaşımı

1963 yılından beri her beş yılda bir Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından kalkınma planı yapılmaktadır. Bunun amacı, kaynakların verimli kullanılması ve kalkınmanın hızlandırılması amacıyla ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel planlama hizmetlerinin etkin ve düzenli olarak yapılmasını sağlamaktır (Dilek, 2007: 22). Aşağıda son üç dönem beş yıllık kalkınma planlarında havayolu ile ilgili maddelere yer verilmiş, daha önceki dönemler ise Ek 2' de sunulmuştur.

I. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)

2001- 2005 yılları arasını ilgilendiren beş yıllık kalkınma planı içerisinde havayolu ulaşımı ile ilgili maddeleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Havaalanı yatırımlarındaki önceliğin yeni havaalanı yapmak yerine, meydanların hizmet kapasitelerinin ve standartlarının yükseltilmesine verilmesi,
- Dönem sonunda hava liman ve meydanlarında gelen-giden yolcu sayısının dış hatlarda 43,7 milyona, toplamda ise 69 milyona ulaşması,
- DHMİ ve Anadolu Üniversitesi işbirliği ile sektörde ihtiyaç duyulan uluslararası standartlarda hava trafik kontrolörü yetiştirilmesi,
- Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünün otonom ve yaptırım gücü yüksek bir yapıya kavuşturulması ve personelinin nitelik ve nicelik olarak geliştirilmesi

II. Dokuzuncu Beş yıllık Kalkınma Planı (2007-2013)

2007- 2013 yılları arasını ilgilendiren beş yıllık kalkınma planı içerisinde havayolu ulaşımı ile ilgili maddeleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Atatürk Havalimanı ve Antalya Havalimanı terminallerinin işletilmesinin özel sektöre devredildiği gibi, bunun yaygınlaştırılmasına yönelik çalışmalara devam edilmesi,
- Hava trafiği emniyetini ve kapasitesini artırıcı yatırımların gerçekleştirilmesi ve alınacak ilave tedbirlerle içinde bulunduğumuz bölgede lider ve dünyada sayılı bir havacılık sektörüne sahip olmanın temel amaç edinmesi,
- Trafiğin yoğunlaştığı meydanlarda kapasitelerin artırılarak, meydanlara erişim kolaylıklarını da kapsayan hizmet standartlarının yükseltilmesi ve hava trafik kontrolü hizmetlerinin modernize edilmesi,
- Meydanların çevreye duyarlı, kaliteli hizmet veren ve büyümeye açık yapıda olmasının sağlanması,
- Uzun dönemli talebi karşılamaya yönelik olarak, İstanbul bölgesi başta olmak üzere yeni havalimanı yatırımları planlanması,
- Sektördeki hızlı büyüme nedeniyle ortaya çıkan ihtiyacı karşılamak üzere, uluslararası standartlarda eğitim veren kuruluşlarca yeterli sayı ve nitelikte personel yetiştirilmesi ve bu personelin uzmanlık alanlarında istihdam edilmelerinin sağlanması,
- Bölgesel hava taşımacılığının geliştirilebilmesi için yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının da desteğinin sağlanması, maliyet azaltıcı tedbirlerin alınması ve havayolu şirketlerinin küçük (STOL) havaalanı yapısına ve yolcu profiline uygun filo oluşturmaları için yönlendirilmesi,

- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünün yeniden yapılandırılmasının tamamlanarak sektörün emniyet, verimlilik ve rekabet konuları başta olmak üzere denetlenmesinin sağlanması öngörülmektedir(Dilek, 2007: 25).

III. Onuncu Beş yıllık Kalkınma Planı (2014-2018)

Sonuncu beş yıllık kalkınma planından bahsederken, önce mevcut durum hakkında yapılan açıklamalara yer verilmiştir. Ardından sektörle alakalı planlara değinilmiştir.

- Havayolu taşımacılığında vergi katkı paylarında indirimler başta olmak üzere, yapılan düzenlemeler çerçevesinde pazara yeni taşıyıcıların girmesiyle talepte yaşanan yüksek hızlı büyüme devam etmiştir. 2006 yılında 61,7 milyon olarak gerçekleşen toplam havayolu yolcu trafiği, yıllık ortalama yüzde 13'lük büyümeyle 2012 yılında 131 milyon yolcuya ulaşmıştır. 2006 yılında 42 olan aktif hava meydanı sayısı 2012 yılında 49'a yükselmiştir.
- GAP Uluslararası Havalimanı ve Hatay Havalimanı tamamlanarak hizmete açılmıştır. Kayseri, Denizli, Trabzon, Merzifon, Sivas, Balıkesir-Koca Seyit, Batman, Erzincan, Malatya, Kars, Iğdır, Elazığ, Ağrı, Adıyaman, Adana, Gökçeada meydanlarında yeni terminal binaları hizmete girmiştir. Ayrıca Yap-İşlet-Devret yöntemiyle yapılan Milas-Bodrum Havalimanı dış hatlar terminali, Sabiha Gökçen Havalimanı iç ve dış hatlar terminalleri, Adnan Menderes Havalimanı dış hatlar terminali, Esenboğa Havalimanı iç ve dış hatlar terminali ve Zafer Havalimanı hizmete açılmıştır.
- İstanbul Yeni Havalimanının ilk etabı Plan dönemi sonuna kadar tamamlanacaktır. Havayolu sektöründe İstanbul'un uluslararası bir aktarma ve bakım-onarım merkezi olması desteklenecektir(DPT, 2014).

2.3.4. Havayolu Ulaşımının Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Ulaştırma faaliyetleri bireyler için günlük yaşamın ayrılmaz parçasıdır. Hem insanların hem de malların yer değişmesi olarak bilinen ulaştırma, ülke ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. Sektördeki gelişmeler, ülkenin farklı bölgelerindeki gelişmiş farkını azaltacağı gibi komşu ülkeler ile olan iletişime de katkı sağlamaktadır. Ganeswar Nayak'a göre, ulaştırma fikir ve yeniliklerin bir ülkenin değişik yerlerindeki insanlara taşınmasını mümkün hale getirerek, bu ülkedeki kültür ve medeniyetin gelişmesine de katkılar sağlar (Nayak, 2000: 285)

Bir ülkenin gelişimini ve refahını etkileyen önemli unsurlardan birisi de ulaştırma. Wilfred Owen'e göre, ekonomik faaliyetlerin başarısı ulaştırma sisteminin verimliliğine bağlıdır (Owen, 1959: 186). Ulaştırma sektörünün ekonomideki yeri açıklanırken, mikro ekonomik düzeyde üretici ve tüketicilerin maliyetlerini, makroekonomik düzeyde ise çıktı, istihdam ve gelir düzeyini etkileyebildiği belirtilmektedir. Diğer taraftan, on binlerce firmanın faaliyet gösterdiği bu sektör, ülke nüfusuna hatırı sayılır bir istihdam kaynağı sağlamaktadır (Türbedar, 2010: 7-18).

Tablo 2.4: Havacılık Sektöründeki İstihdam ve Ciro Miktarı

YILLAR	Personel Sayısı	Ciro Miktarı
2003	65 000	3 060 000 000 TL / 2,2 Milyar \$
2010	133 407	23 207 930 000 TL / 14,9 Milyar \$
2011	151 694	32 651 181 000 TL / 17,2 Milyar \$
2012	167 161	38 147 264 000 TL / 21,4 Milyar \$

Kaynak: Havacılık Sektör Raporu, 2014 Ankara.¹⁰

Havacılık Sektörünün 2003 yılında 65.000 personel ve 2,2 Milyar ABD Doları ciro olan büyüklüğü, 2012 yılı sonu itibariyle 167.161 personel ve 21,4 Milyar ABD Dolar'a ulaşmıştır. Türkiye' de Ulaştırma sektöründe 2003 – 2012 yılları arasında istihdam %157, ciro ise %854 artış göstermiştir (Tablo 2.4). Dünya' da ise bu rakamlar şu şekilde

¹⁰ http://www.ubak.gov.tr/BLSM_WIYS/UBAK/tr/dokuman_ust_menu/projeler_faaliyetler/20130319_101736_204_1_64.pdf

açıklanmaktadır; 57 Milyon kişilik bir istihdam alanı ve 2,2 Trilyon dolar ciro miktarı. 2012 yılı itibariyle dünyada 6 Milyar yolcu seyahat etmekte ve bunların 131 Milyon u Türkiye yolcu trafiğini oluşturmaktadır. Dünyada 2011 yılına göre yolcu sayısında %4,7'lik bir artış yaşanmıştır. Bu artış Türkiye 'de %10,8'dir(Ulaştırma Bakanlığı, 2014). Türkiye 2003 yılında dünya yolcu payının %0,8' ine, Avrupa yolcu payının ise %3,2 sine sahipti. 10 yıllık bir süreden sonra Türkiye, Dünya yolcu rakamlarında %2,2, Avrupa yolcu rakamlarında ise %7,8 lik bir paya ulaşmıştır.¹¹

2003 yılında üst geçişlerle birlikte hizmet verilen uçak trafiği 529.205 olarak gerçekleşirken, bu rakam 2012 yılı sonunda %160 artarak 1.376.486'ya ulaşmıştır. 2013 yılında %9 artışla 1.282.747 olmuştur.

Tablo 2.5: Havayolu Sektörü Uçak Sayısı ve Koltuk Kapasitesi (2004-2013)

Yıllar	Uçak Sayısı	Artış Hızı	İndeks (2003=100)	Koltuk Kapasitesi	Artış Hızı	İndeks (2003=100)
2003	162	-	100,00	27.599	-	100,00
2004	202	24,69	124,69	34.403	24,65	124,65
2005	240	18,81	148,15	39.903	15,99	144,58
2006	259	7,92	159,88	42.335	6,09	153,39
2007	250	-3,47	154,32	40.185	-5,08	145,60
2008	270	8,00	166,67	43.524	8,31	157,70
2009	297	10,00	183,33	47.972	10,22	173,82
2010	349	17,51	215,43	56.638	18,06	205,22
2011	346	-0,86	213,58	55.662	-1,72	201,68
2012	370	6,94	228,40	65.208	17,15	236,27
2013	383	3,51	236,42	65.782	0,88	238,35

Kaynak: Ulaştırma Bakanlığı/ Sektör Raporu¹²

Türkiye Havayolu ulaşımının 2003 – 2013 yılları arasındaki on yıllık uçak sayısı ile koltuk kapasitesi ve artış oranları verileri Tablo 2.5' de gösterilmektedir.

¹¹[http://www.ubak.com.tr/ SET: 04.02.2014](http://www.ubak.com.tr/SET:04.02.2014)

¹²http://www.ubak.gov.tr/BLSM_WIYS/UBAK/tr/dokuman_ust_menu/projeler_faaliyetler/20130319_101736_204_1_64.pdf

Tablo 2.6: İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Sabit Fiyatlarla GSYH (Milyon TL, 1998=100)

Yıllar	TARIM		SANAYİ		HİZMETLER		ULAŞTIRMA		DİĞER		GSYH	
	Değer	GSYH içindeki payı(%)	Değer	GSYH içindeki payı(%)	Değer	GSYH içindeki payı(%)	Değer	GSYH içindeki payı(%)	Değer	GSYH içindeki payı(%)	Değer	%
2003	8 683,02	11,40	17 964,72	23,50	38 214,43	50,10	8 921,87	11,70	9 996,67	13,1	76 338,19	100,00
2004	8 928,67	10,70	20 014,79	24,00	42 056,85	50,40	9 860,37	11,80	11 164,53	13,4	83 485,59	100,00
2005	9 570,09	10,60	21 662,75	23,90	45 617,95	50,40	10 882,25	12,00	12 526,33	13,8	90 499,73	100,00
2006	9 700,28	10,00	23 474,54	24,30	49 440,10	51,10	11 698,01	12,10	13 883,91	14,4	96 738,32	100,00
2007	9 046,10	8,90	24 814,12	24,50	52 485,87	51,80	12 518,68	12,40	14 881,12	14,7	101 254,62	100,00
2008	9 432,90	9,30	24 829,27	24,40	53 203,15	52,20	12 645,56	12,40	15 357,12	15,1	101 921,72	100,00
2009	9 767,96	10,10	23 033,13	23,70	52 094,54	53,70	11 657,36	12,00	15 308,93	15,8	97 003,11	100,00
2010	9 998,74	9,40	26 150,51	24,70	56 210,07	53,10	12 941,48	12,20	17 232,06	16,3	105 885,64	100,00
2011	10 604,05	9,20	28 716,47	24,90	61 085,49	53,00	14 285,28	12,40	19 202,52	16,7	115 174,72	100,00
2012	10 935,27	9,30	29 202,51	24,80	62 604,90	53,20	14 572,53	12,40	19 660,15	16,7	117 625,02	100,00
2013	11 276,48	9,20	30 249,59	24,70	66 275,24	54,20	15 068,31	12,30	21 278,48	17,4	122 388,46	100,00

Kaynak: TÜİK (SET: 10.06.2014) Tarım: tarım, ormancılık, avcılık ve balıkçılığı kapsamaktadır. Sanayi: imalat sanayi, elektrik-gaz ve madencilik-taş ocakçılığı sektörlerini kapsamaktadır. Diğer: Dolaylı ölçülen mali aracılık hizmetleri ve Vergi-Sübvansiyonları kapsamaktadır. 1998 yılı temel alınarak serilerdeki değişimler hesaplanmıştır.

Tablo 2.6de iktisadi faaliyet kollarının GSYH içindeki değeri ve yüzde (%) payı yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, yıllar itibariyle hizmetler sektörünün payının diğer sektörlere oranla üstünlüğünün değişmediği görülmektedir. 2003 yılında GSYH'nin %50,10 una sahip olan hizmetler sektörü, yıl 2013 olduğunda da hizmetler sektörünün payı %54,20'dir. Hizmetler sektörünün önemli kısımlarından biri olan ulaştırma sektörü de tarım sektörü kadar bir paya sahiptir. Son yıllarda tarım sektörünün payı %9,2 iken ulaştırma sektörünün payı %12,30'dur. Tablo 2.7' da da sektör paylarının yıllar itibariyle büyüme hızı ve 1998 yılına göre büyüme hızı verilmiştir.

Tablo 2.7: İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Sabit Fiyatlarla GSYH Büyüme Hızı

Yıllar	TARIM		SANAYİ		HİZMETLER		ULAŞTIRMA		DİĞER		GSYH	
	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2003=100)
2003	-	100,00	-	100,00	-	100	-	100,00	-	100,00	-	100,00
2004	2,83	102,83	11,41	111,41	10,05	110,05	10,52	110,52	11,68	111,68	9,36	109,36
2005	7,18	110,22	8,23	120,58	8,47	119,37	10,36	121,97	12,20	125,31	8,4	118,55
2006	1,36	111,72	8,36	130,67	8,38	129,38	7,50	131,12	10,84	138,89	6,89	126,72
2007	-6,74	104,18	5,71	138,13	6,16	137,35	7,02	140,31	7,18	148,86	4,67	132,64
2008	4,28	108,64	0,06	138,21	1,37	139,22	1,01	141,74	3,20	153,62	0,66	133,51
2009	3,55	112,49	-7,23	128,21	-2,08	136,32	-7,81	130,66	-0,31	153,14	-4,83	127,07
2010	2,36	115,15	13,53	145,57	7,90	147,09	11,02	145,05	12,56	172,38	9,16	138,71

2011	6,05	122,12	9,81	159,85	8,67	159,85	10,38	160,12	11,43	192,09	8,77	150,87
2012	3,12	125,94	1,69	162,55	2,49	163,83	2,01	163,33	2,38	196,67	2,13	154,08
2013	3,12	129,87	3,59	168,38	5,86	173,43	3,40	168,89	8,23	212,86	4,05	29,33

Kaynak: TÜİK (SET: 10.06.2014)

2.3.5. Türkiye’de Sivil Havacılık Tarihi

Türkiye’de Havayolu Ulaşımın tarihsel seyri, dünya genel eğilimine paralel olarak şekillenmiş bulunmaktadır. Osmanlı Devletinin 1911–1912 Trablusgarp Savaşında İtalyanların hava saldırısının uğraması, askeri havacılık konusunda çalışmaların başlatılmasına zemin hazırlamıştır (TÜSİAD, 2007:170)

Türkiye’de ilk havacılık çalışmaları 1912 yılında başlamıştır. Yer olarak bugünkü Atatürk Hava Limanının hemen yakınındaki Sefa köy' de, iki hangar ve küçük bir meydandan oluşan tesiste başlamıştır. Atatürk'ün "İstikbal Göklerdedir" sözü doğrultusunda 1925 yılında kurulmuş ve daha sonraki yıllarda adını Türk Hava Kurumu olarak değiştiren Türk Tayyare Cemiyeti ile Türk Sivil Havacılığının kurumsal temelleri atılmıştır.

İlk Sivil Hava Taşımacılığı ise 1933 yılında "Türk Hava Postaları" adı ile başlatılmıştır. Yalnızca 5 uçaklık küçük bir filo idi. Cumhuriyetin 10. yılında, Milli Savunma Bakanlığı'na bağlı olarak kurulan "Havayolları Devlet İşletme İdaresi" Türkiye'de sivil hava yolları inşa etme ve taşıma yapmak üzere görevlendirilmiştir. Dünya Sivil Havacılığının hızlı bir gelişme göstermesi ile birlikte 1954 yılında Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde kurulan "Sivil Havacılık Dairesi Başkanlığı", 1987 yılında "Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü" olarak günün koşullarına göre yeniden teşkilatlandırılmıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 18 Kasım 2005 tarihine kadar Ulaştırma Bakanlığının Ana Hizmet Birimi’ydi, o tarihte yürürlüğe giren 5431 sayılı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile finansal açıdan özerk hale gelmiş ve şu anki yönetim yapısına ulaşmıştır. Türkiye’deki havacılık faaliyetleri, günümüzde, 2920 Sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu ve bu kapsamda

yayımlanmış olan İdari ve Teknik Yönetmelikler ve Havacılık Talimatları çerçevesinde yürütülmektedir.¹³

2.3.6. Türkiye’ de Faaliyet Gösteren Havayolu Firmaları

2.3.6.1. Türk Hava Yolları

Türk Hava Yolları 1934 yılında 5 uçak ile hizmete başlamıştır. Kayda geçen büyüme rakamlarıyla dünyanın önemli havayolu şirketleri arasına girmiştir. Geçen yıl, Türk sivil havacılık tarihinin en geniş uçak alımına imza atmıştır. Gelecek on yıl içinde 252 uçak siparişi veren Türk Hava Yolları, 2021 yılı sonunda filosundaki toplam uçak sayısının yaklaşık 375 olmasını kararlaştırmıştır. 1 Nisan 2008’den itibaren dünyanın en büyük havayolu ittifakı olan “Star Alliance” havayolu ittifakına üyeliği gerçekleşti. Skytrax’ ın 2013 değerlendirme sonuçlarına göre Türk Hava Yolları, art arda 3. yılı olmak üzere “Avrupa’nın En İyi Havayolu Şirketi” ilân edildi. Avrupa’nın “4 yıldız” sahibi tek havayolu şirketi olma özelliğini taşımaktadır.¹⁴

Tablo 2.8: THY Uçak Filosu (2014)

Uçak Türü	Uçak Sayısı	Yolcu Kapasitesi	Toplam Kapasite
A340-300	6	270	1 620
A320-200	33	180	5 940
A330-300	16	289	4 624
A330-200	11	286	3 146
A321-200	43	210	9 030
A319-132/100	14	144	2 016
B777-300 ER	15	337	5 055
B737-800	82	189	15 498
B737-700	12	149	1 788
B737-900 ER	10	151	1 510

Kaynak: <http://www.flypgs.com> SET: 02.06.2014

2.3.6.2. PEGASUS Havayolları

¹³<http://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--tarihce>, SET: 1.4.2014

¹⁴<http://www.turkishairlines.com> SET: 02.06.2014

PEGASUS Hava Yolları, 1990 yılında AerLingus, Silkar Yatırım ve Net Holding'in ortak girişimiyle İstanbul'da kuruldu. İlk uçuşunu Mayıs 1990'da gerçekleştiren PEGASUS, 2005 yılında ESAS Holding tarafından satın alınmıştır. 2005 yılının Kasım ayında düşük maliyetli havayolu taşıyıcısı olarak tarifeli iç hat seferlerine başlayarak Türkiye'de faaliyet gösteren 4. tarifeli havayolu olmuştur.

PEGASUS, tarifeli uçmaya başladığından beri yurt içinde 6 noktaya başladığı uçuş ağını bugün 29 yurt içi, 49 yurt dışı, 32 ülke, 79 noktaya çıkardı. Airbus firması ile 18 Aralık 2012 tarihinde, filosuna teslim tarihindeki liste fiyatına göre 12 milyar USD değerinde toplam 100 adet Airbus A320neo ve A321neo tipi yeni uçaklar katmak üzere anlaşma imzaladı. Sektördeki büyümesine paralel olarak istihdam sayısını da genişleten PEGASUS, 7 senelik süre içerisinde 700 kişilik bir ekipten Haziran 2013 sonu itibarıyla 2813 kişilik çalışan sayısına ulaşmıştır. PEGASUS, 174 yolcu kapasiteli 4 adet A320-214 e, 189 yolcu kapasiteli 43 adet B737-800 e sahiptir. Toplam yolcu kapasitesi 8.823' dir.

İstikrarlı büyümesini sürdüren PEGASUS, 2011 ve 2012 yılında OfficialAirline Guide (OAG) raporunda koltuk kapasiteleri temel alınarak yapılan sıralamaya göre Avrupa'nın en büyük 25 hava yolu arasında "Avrupa'nın En Hızlı Büyüyen Havayolu" olarak gösterilmiştir.

Şirket hisselerinin yüzde 34,5'lik kısmını halka arz ederek 26 Nisan 2013 tarihinde Borsa İstanbul'da "PGSUS" kodu ile işlem görmeye başlayan PEGASUS Hava Yolları; Türkiye'de borsaya katılan ilk özel havayoludur.¹⁵

2.3.6.3. Diğerleri

i. *Sun Express*: Alman havayolu Lufthansa ile THY arasında 1989 yılında imzalanan anlaşmayla kurulmuştur. 2 Nisan 1990'da Frankfurt'tan Antalya'ya ilk seferini gerçekleştirmiştir.¹⁶

¹⁵<http://www.flypgs.com/pegasus S.E.T. 20.06.2014>

ii. Atlasjet: Atlasjet Havacılık A.Ş. 14 Mart 2001 tarihinde Öger Holding A.Ş. tarafından kurulmuştur. İlk uçuşunu 1 Haziran 2001 tarihinde gerçekleştirmiştir. 14.06.2004 tarihinde SHGM tarafından “İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifersiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı” yapmak üzere ruhsatlandırılarak, 01.07.2004 tarihinden itibaren iç hatlarda tarifeli seferlerine başlamıştır.¹⁷

iii. Onur Air: 1992 yılından bu yana havacılık sektöründe hizmet veren Onur Air, 2003 yılından itibaren de uluslararası uçuşlarının yanına tarifeli iç hat uçuşları eklemiştir. Onur Air günümüzde dış hatlarda 20 ülkede 80 noktaya, iç hatlarda ise 16 noktaya sefer düzenlemektedir.¹⁸

iv. Borajet: Borajet, 2008 yılında kuruldu. Borajet uçuşlarında, Amerika’dan Avrupa’ya 80 farklı ülkede 150’den fazla havayolunda güvenle kullanılan, ileri teknoloji ürünü ATR 72-500 tipi uçaklarla hizmet verilmektedir. ATR 72-500, bölgesel havacılık için en uygun uçak tipidir.¹⁹

v. AnadoluJet: 23 Nisan 2008 tarihinde Türk Hava Yolları'nın yeni bir iş modeli ile yapılandığı farklı bir ticari markası olarak kurulmuştur. 5 uçakla operasyona başlayan AnadoluJet, ilk yılında 8 uçaklık, 2010 yılının ilk yarısında ise 16 uçaklık bir filoya ulaşmıştır. 2012 ortalarında ise 20 uçakla hizmet vermekteydi.²⁰

Tablo2.9: Havayollarına Göre Uçak Filo Durumu (2014)

Havayolu Firması	Uçak Türü	Uçak Âdeti	Yolcu Kapasitesi	Toplam Kapasite
Sunexpres	B737-800	54	189	10 206
	B737-700	10	149	1 490
Atlasjet	A321	13	210	2 730
	A320	4	168	672
	A319	1	134	134
Onurair	A330	4	280	1 120
	A321	9	220	1 980

¹⁶http://www.sunexpress.com.tr/biz-kimiz/sunexpress_100269_100264.html, S.E.T. 10.06.2014

¹⁷<http://www.atlasjet.com> SET:20.06.2014

¹⁸<http://www.onurair.com.tr/hakkimizda.aspx> SET:20.06.2014

¹⁹<https://www.borajet.com.tr/kurumsal>, SET: 20.06.2014

²⁰http://www.anadolujet.com/aj-tr/corporate/about_us/fleet/index.aspx, SET:20.06.2014

	A320	10	180	1800
Anadolujet	B737-800	17	189	3213
	B737-700	9	149	1341
Borajet	ATR72-500	5	70	350

Diğer havayollarına ait filo durumları tablo 2.9' de toplu halde verilmiştir. Tablodan havayolu firmalarının hangi model uçaklara sahip oldukları ve toplam yolcu kapasiteleri anlaşılmaktadır.

2.4. ADNAN MENDERES HAVALİMANI

Adnan Menderes Havalimanı İzmir ili Gaziemir ilçesi sınırları içerisinde yer almaktadır. 125 metre rakıma sahip havalimanının şehir merkezine uzaklığı 18 kilometredir. 2011 verilerine göre, İzmir Adnan Menderes Havalimanı, ticari Türkiye uçak trafiğinde İstanbul Atatürk, Antalya ve İstanbul Sabiha Gökçen havalimanlarının ardından dördüncü sıradadır. Uçuş düzenleyen şirket sayısı 66 olarak bilinmektedir.²¹

2.4.1. Havalimanının Fiziki Özellikleri

Toplam 8.230.945 m² lik alana kurulu bulunan Havalimanında 28.500 m² iç hatlar ve 107.699 m² dış hatlar olmak üzere toplam 136.199 m² lik 9 milyon Yolcu/Yıl kapasiteli 2 yolcu terminali mevcuttur.

Havalimanında kompozit²², 3.240x45 metre boyutlarında iki adet pist bulunmaktadır.

Yap-işlet-devret modeli (YİD)²³ ile gerçekleşen ve TAV Havalimanları Holding tarafından işletilen Dış Hatlar Terminali aşağıdaki özelliklere sahiptir.

- 107.699 m² lik alan,
- 5 milyon yolcu/yıl kapasite,

²¹<http://www.adnanmenderesairport.com/tr-TR/tavhakkında>

²²Kompozit: Makroskobik olarak birbirinden ayrı iki ya da daha fazla malzemenin bir araya getirilmesi ile imal edilen malzeme türüdür.

²³Yap-İşlet-Devret (YİD) modeli, geniş anlamda (İngilizce: Build-Operate-Transfer (BOT)) bir kamu alt yapı yatırım veya hizmetinin finansmanı özel bir şirket tarafından karşılanarak gerçekleştirilmesi ve kamu tarafından belirlenen bir süre için işletilmesi ve yine bu süre içinde ürettiği mal veya hizmeti, tarafların karşılıklı saptadıkları bir tarife uyarınca kamu kuruluşlarına satması ve sürenin sonunda işletmekte olduğu tesisleri bakımı yapılmış, eksiksiz ve işler durumda ilgili kamu kuruluşuna devretmesidir.

- 9 adet yolcu köprüsü,
- 5354 m2 üzerine kurulu 66 adet check-in kontuarı,
- 16 pasaport kontuarı,
- 4 adet gümrük muayene bankosu,
- 69.000 m²'lik alan üzerinde 80 açık Otobüs parkı dâhil 2.311 araç park kapasiteli kapalı otopark.

İç Hatlar Terminali aşağıdaki özelliklere sahiptir:

- 28.500 m²'lik alan,
- 4 Milyon yolcu/yıl kapasite,
- 6 Adet Yolcu köprüsü,
- 38 adet Check-in kontuarı,
- 30967 m²'lik alan üzerinde 1005 araç kapasiteli otopark²⁴

2.4.2. Gelişimi ve Mevcut Durumu

İzmir'de Adnan Menderes Havalimanı faaliyete geçmeden önce, Cumaovası ve Çiğli Askeri havaalanları hem askeri hem de sivil uçuş hizmeti veriyordu. Eski başbakanlardan Adnan Menderes'in adı verilen havalimanı 17 Kasım 1987'de hizmete girdiği tarihlerde İstanbul'un ardından Türkiye'nin ikinci büyük havalimanıydı. 2000'li yıllara gelindiğinde talepteki artış yeni ihtiyaçların ortaya çıkmasına neden oldu. Bu amaçla Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü (DHMİ), Adnan Menderes Havalimanı Dış Hatlar Terminali'ni genişletmek için çalışmalara başladı. Proje YİD modeliyle oluşturuldu ve 5 milyon yolculuk terminal yapılması kararlaştırıldı. 2005 yılı ortasında terminal inşaatı devam ederken Havaş'ın yüzde 60 hissesi TAV'a satıldı. 150 milyon avroya mal olan yeni terminal 9 Eylül 2006'da açıldı ve işletmesi TAV tarafından üstlenildi.²⁵

²⁴http://www.havalimani.org/havalimanlari/izmir_havalimani SET: 10.06.2014

²⁵<http://www.adnanmenderesairport.com/tr-TR/tavhakkinda>

2.4.3. Türkiye Ulaşım Sektöründeki Yeri ve Önemi

İzmir Adnan Menderes Havalimanı'nın Türkiye ulaştırma sektöründe önemli bir yeri vardır. Bunu daha iyi anlatmak için Tablo 2.10' da Adnan Menderes Havalimanı'nın Türkiye yolcu trafiğindeki payı açıkça görülmektedir. Tablo 2.10 incelendiğinde 2013 yılı verilerinde 149.430.421 olarak belirlenen toplam yolcu sayısının 10.233.140 inin Andan Menderes Havalimanına ait olduğu görülmektedir.

Tablo 2.10: Türkiye ve İzmir Adnan Menderes Havalimanı Yolcu Sayıları

Yıllar	Türkiye	İzmir			
	Yolcu Sayısı	Yolcu Sayısı	Türkiye'deki payı (%)	Zincirleme Endeks	Sabit Esaslı Endeks (2004=100)
2004	45 034 589	2 942 281	6,53	-	100,00
2005	55 545 473	3 660 586	6,59	24,41	124,41
2006	61 684 203	4 411 034	7,15	20,50	149,92
2007	70 352 867	5 236 304	7,44	18,71	177,97
2008	79 438 289	5 455 298	6,87	4,18	185,41
2009	85 508 508	6 201 794	7,25	13,68	210,78
2010	102 800 392	7 485 098	7,28	20,69	254,40
2011	117 620 469	8 523 533	7,25	13,87	289,69
2012	130 351 620	9 355 902	7,18	9,77	317,98
2013	149 430 421	10 233 140	6,85	9,38	347,80

Kaynak: DHMİ, 2014

BÖLÜM III

HAVAYOLU FİRMA TERCİHİ ARAŞTIRMASI

1.1. LİTERATÜR ÖZETİ

Havayolu yolcularının havayolu işletmelerini tercih nedenlerini ve hizmetlerden memnuniyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek için birçok araştırma yapılmıştır.

Örneğin, konuyla ilgili olarak, Küçükönel ve Korul'un (2009) gerçekleştirmiş olduğu "Havayolu İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi" konulu araştırmasından elde edilen verilere göre, havayolu sektörünün, geniş bir yelpazede faaliyetlerini sürdürdüğü ve aynı sahada birden fazla havayolu ve havacılık dışı işletmeler ile rekabet içerisinde olduğundan öncelikle emniyet, yüksek kalite ve güvenilirlik konularına büyük önem vermesi gerektiği belirlenmiştir. Bunların sağlanması için, havayolu işletmelerindeki personel önemli bir rol oynamaktadır. Buradan hareketle, insan kaynaklarının son derece stratejik bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Küçükönel ve Korul, müşterilerin hizmetlerden memnuniyetlerini etkileyen faktörler üzerinde dururken, Atalık, (2006) "Sık Uçan Yolcu Programlarında Sunulan Ödüllerin Müşteri Bağlılığı Üzerine Olan Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Türk Hava Yolları Araştırması" adlı çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmaya göre, müşterilerin bir kısmı, kendilerine sunulan hizmetlerin kalitesi ve buna bağlı olarak ortaya çıkan yüksek tatmin düzeyi nedeniyle THY'ye bağlılık göstermektedir. Diğer kısmı ise kendilerine sunulan hizmetlerin kalitesi ve tatmin düzeylerine göre değil, sadece bağlılık programı kapsamında sunulan ödüller nedeniyle THY'ye bağlılık gösteren müşteriler olduğu önemli bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır. Bu üyelerin uçuş tercihlerinin kendilerine daha cazip ödüller sunan, bir veya bir anda birden fazla havayolu olduğunda kısa sürede değişeceğini ve diğer havayolu işletmelerinin sık uçan yolcu programına yöneleceğini söylemek mümkündür.

Bununla birlikte araştırma kapsamında ortaya çıkan en önemlives yadsınamayacak gerçek; bir bağıllık programı olan sık uçan yolcu programlarında yolculara sunulan ödüllerin yolcuların tercihlerini büyük ölçüde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Aktepe ve Şahbaz ise, (2010) “Türkiye’nin En Büyük Beş Havayolu İşletmesinin Marka Değeri Unsurları Açısından İncelenmesi ve Ankara İli Uygulaması” adlı makalede, tüketicilerin zihninde oluşan ancak somut olmayan marka kavramlarını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Bu amaçla, her havayolu işletmesine ait marka farkındalığı, marka sadakati, marka çağrışımı ve algılanan kalite unsurları somutlaştırılarak ortaya konulmuştur. Böylece, havayolu işletmelerinin yolcular tarafından nasıl değerlendirildiği, aralarındaki benzerlik ve farklılıklar belirlenmiştir. Marka, markalaşma, marka bilinirliği, farkındalığı ve sadakati kavramlarıyla yolcu taşımacılığı yapan havayolu işletmeleri arasındaki teorik boşluk doldurulmaya çalışılmıştır.

Yıldız ve Erdil (2013)’in Sabiha Gökçen ve Atatürk Havalimanında faaliyet gösteren havayolu şirketlerinin yolcuları ile yaptıkları çalışmada, yolcuların havayollarından aldıkları hizmetlerden memnuniyetlerini Servqual ve Servperf ölçekleriyle açıklamışlardır. Araştırmanın sonucuna göre Servqual ve Servperf ölçeklerinde THY ortalamaları diğer havayollarına göre daha yüksek çıkmıştır.

Buraya kadar sözü edilen çalışmalarda, yolcuların yerli ve yabancı olduğu göz önüne alınmazken, Okumuş ve Asıl (2007) “Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi” adlı makaleyle, bu farkı ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Çalışmadan elde edilen verilere göre, yerli ve yabancı yolcuların genel memnuniyet düzeyleri aynı olmakla birlikte, memnuniyet düzeyleri üzerinde etkili olan beklentilerinin farklılaştığı görülmektedir. Yerli yolcularda memnuniyet düzeyine göre ön plana çıkan beklentiler sırası ile fiziksel unsurlar ve hizmetin kişisel uygunluğu değişkenleridir. Yabancı yolcularda memnuniyet düzeylerine göre ön plana çıkan beklentiler

ise, doğru ve güvenilir personel, müşteriye tanıma/anlama, hizmette isteklilik ve anında hizmet ve inanılabilirlik değişkenleridir. Yerli yolcuların memnuniyet düzeylerine göre farklılaşmalarında en etkili olan faktör fiziksel faktörler iken, yabancı yolcuların memnuniyet düzeylerine göre farklılaşmasında en etkili olan faktör doğru ve güvenilir hizmet faktörleridir. Bu sonuçlar doğrultusunda, yerli yolcuların hizmette somut unsurlara yabancı yolcuların ise soyut unsurlara daha fazla önem verdikleri ortaya çıkmaktadır.

Park'ın (2007), "Passanger Perception of Service Quality: Korean and Australian Case Studies" adlı makalesinde, yolcuların bilet satın alırken, etkilendikleri ölçütü ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, yolcuların bilet satın alma kararlarını verirken etkilendikleri en önemli ölçüt algıladıkları kalitedir. Algılanan kaliteye etki eden en önemli faktörün fiyat olduğu daha önce yapılan çalışmalarda ifade edilmektedir.

Akgüngör ve Demirel (2004), Ulaşım politikalarımızın tarihsel gelişimi 1923-1950 arası ve 1950'den günümüze kadar olan dönemler bazında incelenmiştir. Bu dönemlere ait kalkınma planlarında ulaştırma sektörlerinin yatırımlardan aldıkları paylar, yolcu ve yük trafiği rakamlarına değinilmiştir. Ülkemizde ulaştırma sektörleri içerisinde demiryolları, denizyolları ve havayollarının ihmal edilerek ağırlığının karayollarına verilerek politika yanlışlığı yapıldığını ileri sürmüşlerdir. Karayolu ulaşım ağının km olarak uzatılması yerine nitelik olarak kalitesinin artırılmasının ayrıca özellikle yük taşımacılığının deniz ve demiryollarına aktarılmasının gerekliliğinden bahsedilmiştir. Son yıllarda havayolu taşımacılığının geliştiği ama bu gelişmenin gerekliliği olan alt yapı çalışmalarının ve nitelikli elemanların yeterli olmadığına değinilmiştir.

Doğan, Akan ve Oktay (2006), Atatürk üniversitesi öğrencilerinin şehirlerarası ulaşım talebini incelemiştir. Erzurum'dan il dışına özel araç, otobüs, tren ve uçakla yapılan seyahatler ele alınmıştır. Anket uygulaması sonucu elde edilen veriler logit model kullanılarak tahmin edilmiştir. Anket sonuçlarına göre, öğrenciler şehirlerarası seyahatlerinde en çok

otobüsü, ikinci olarak uçağı kullandıkları, tren ve özel araç kullanımının ise oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Aile reisinin öğrenim seviyesinin yükselmesi, öğrencinin ailesinin ikamet ettiği yerleşim yerlerinin köyden kente doğru değişmesi ve öğrenci gelirindeki artışlar uçak ile yolculuğı talep etmeyi etkileyen değişkenler olarak çıkmıştır. Ailede okuyan fert sayısı arttıkça, öğrencinin normal veya normalden daha az sayıda şehirlerarası yolculuk yapma eğiliminde oldukları gözlenmiştir. Ayrıca indirimli tarife ve öğrenci geliri artışı normalden daha fazla sayıda yolculuk yapmasını sağladığı elde edilmiştir.

MultinomialLogit Model kullanılarak tüketici tercihinin araştırıldığı çalışmalara bakıldığında aşağıdaki araştırmalar göze çarpmaktadır.

Yayar (2013), “Market Tercihinin Belirleyicileri: Kayseri’de Bir Alan Araştırması” adlı çalışmasında, alışverişlerinde süpermarketleri tercih eden tüketicilerin market tercihlerinde etkili olan faktörleri belirleyebilmek kaygısı taşımaktadır. Bu faktörler bir anket ile somutlaştırılıp ardından ki-kare bağımsızlık testi ve çoklu logit model ile analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın temel hipotezi, tüketiciler market seçerken sosyo-ekonomik faktörlerin yanı sıra fiyat, temizlik, şikâyet, servis, ürünlerin fiyatları gibi unsurlardan ne derece etkilendikleridir.

Kakıcı (2005), “Türkiye’de çalışan kadınların çocuk bakım tercihleri” isimli çalışmasında, Türkiye genelinde, 5 yaş ve altı çocuk sahibi olan evlenmiş ve çalışan kadınların çocuk bakımı tercihlerini ve aynı zamanda işteki durumu ile çalışma zamanını etkileyen faktörleri multinomial logit model ile tahmin etmek ve politik yorumlarda bulunmak amaçlamıştır. Analizlerde kadının eğitiminin ve ailenin esas gelir kaynağının çocuk bakımı tercihinde en önemli faktörler olduğu saptanmıştır. Kadının işteki durumu ve çalışma zamanı ile ilgili modellerde de yine kadının eğitimi en önemli belirleyicilerden biri olarak bulunmuştur.

Dinç (2012), “Türkiye’de otomobil kasa tipi ve yakıt tercihinin etkileyen faktörlerin belirlenmesi” isimli çalışmada, otomobil tercih etme sürecinde bireyin otomobil tercihinde hangi faktörlerin etkili olduğunu ve bu faktörlerin nasıl bir etki yarattığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Multinomial Logit Model yöntemiyle üç farklı analiz yapılmıştır. Bu analizler sırasıyla otomobil yakıt, kasa ve sınıf tipi tercihinin etkileyen faktörlerin belirlenmesine yöneliktir. Elde edilen bulgulara göre otomobil yakıt, kasa ve sınıf tipi tercihinin cinsiyet, eğitim ve gelir değişkenlerinin tüketicinin otomobil tercih etme sürecinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Karaçuka (2007) “ Türk mobil telekomünikasyon piyasalarında rekabet (şebeke endüstrileri açısından üç firma örneği) ” isimli çalışmada elde edilen bulgular, Türk mobil telekomünikasyon piyasalarında rekabetin henüz arzu edilen seviyede olmadığını göstermektedir. Rekabet sürecinin ilk dönemlerinde mobil telekomünikasyon firmalarının ara bağlantı ücretlerinde yaptıkları anlaşmaların, perakende piyasalarda gizli işbirliğine yol açtığı ve fiyat rekabetinin önlendiği görülmektedir. Elde edilen deneysel sonuçlara göre de tarifeler rekabet sürecini açıklamakta kısmen yetersiz sayılmaktadır. Bunda piyasadaki yüksek değiştirme maliyetlerinin de payı önemlidir. Ayrıca deneysel sonuçlara göre şebeke etkilerinin gücü belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler analizlerden de anlaşılacağı gibi firma bazında önemli olmakla birlikte piyasa bazında önem derecesi azalmaktadır. Özetle, ülkemizdeki telekomünikasyon piyasalarının birbirleri ile uyumsuz şebekelerden oluştuğu, tüketicilerin ise hem makro hem de mikro şebeke etkilerinden yaralanmak için birden fazla hat kullanımına yöneldikleri görülmektedir.

Erer (2011), “Türkiye’de İş Arama Davranışını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi” isimli çalışmada, Türkiye’de iş aramaya ve aranan çalışma şekline etki eden faktörleri ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla, Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2009 yılında yaptığı

hane halkı işgücü anket verilerinden yararlanılmıştır. İş aramaya etki eden faktörler iki durumlu logit modelle, aranan çalışma şekline etki eden faktörler ise çok durumlu logit modelle tahmin edilmiş ve yorumlanmıştır. İş arama durumu ve aranan çalışma şekli 15 – 64 yaş arasında olanlar, işsizler ve istihdamda olanlar olmak üzere üç farklı durumda incelenmiştir. Oluşturulan modellerde kırsal – kent ve NUTS1 bölge sınıflandırması ayırımı yapılmıştır.

Güneş (2009), “Türkiye’de Hanelerin Konut Tercihi: Ekonometrik Yaklaşım” isimli çalışması, Türkiye İstatistik Kurumu 2006 yılı bütçe anketi verileriyle Türkiye’de hanelerin konut tercihlerini ve mülkiyet durumlarını etkileyen faktörleri ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla; bireysel karakteristikler ve konut özelliklerinden oluşan açıklayıcı değişkenlerin, konut tercihi üzerindeki etkileri çoklu tercih modellerinden Çok Durumlu Logit Model ve Yuvalanmış Logit Model kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

1.2. ARAŞTIRMANIN MATERYAL VE YÖNTEMİ

1.2.1. Materyal

Çalışma kuramsal bölüm ve saha çalışması olmak üzere iki temel çatı altında incelenmiştir. Çalışmanın kuramsal bölümü ikincil kaynaklara dayanmaktadır. Bu konuda daha önce yapılmış saha çalışmaları, makaleler, uzmanlık alan tezleri, çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarının yayınları ve sektörel raporlarından ikincil kaynaklar olarak yararlanılmıştır. Çalışmanın uygulama bölümünde, İzmir Adnan Menderes Havalimanı’ndan daha önce seyahat etmiş olan bireyler ile yüz yüze yapılan anket çalışmasından derlenen birincil verilerden de yararlanılmıştır. Birincil veriler 2013 Aralık-2014 Ocak dönemini kapsamaktadır.

1.2.2. Yöntem

İzmir ili merkez ilçe sınırlarında havayolu ile seyahat etmiş bireyler ana kütleyi oluşturmaktadır. Çalışmanın ana kütlesi 2012 yılı adrese dayalı nüfus sayımlarına göre İzmir il merkezindeki 15 yaş üzeri nüfustur. Ana kütlenin tamamı 2.278.451'dir (TÜİK,2013). Ana kütleyi temsil edebilecek sayıda örnek hacminin belirlenmesinde 3 nolu formülden yararlanılmıştır. Katılımcıların belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır.

Ana kütleyi temsil edecek ve dolayısıyla anket uygulanacak örnek büyüklüğü,

$$n = \frac{NP(1 - P)Z^2}{(N - 1)d^2 + P(1 - P)Z^2} \quad (3)$$

formülüyle belirlenmiştir.

n: Örnek kütle büyüklüğü

N: Ana kütle büyüklüğü

P: Uçak ile seyahat etme ihtimali (%50)

1-P: Uçak ile seyahat etmeme ihtimali (%50)

A:Önem düzeyi

Z: %(1-α) Düzeyindeki Z test değeri

D: Hata payıdır.

En büyük örnekle çalışmak için uçakla seyahat etme ve etmeme olasılıkları 0,5 olarak alınmıştır. %5 önem düzeyinde ve %5 hata payı ile ana kütleyi temsil edecek örnek hacmi,

$$n = \frac{2278451(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(2278451 - 1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = 384 \quad \text{olarak hesaplanmıştır (Dilek, 2007).}$$

Araştırmada, ilk olarak bireylerden anket yöntemi ile toplanan verilere ait bilgiler tablolar halinde sunulmuştur. İkinci olarak, İzmir ili merkez ilçelerde Adnan Menderes Havalimanından seyahat etmiş bireylere havayolu firma tercihlerini etkileyen faktörleri ortaya

koymak için bireylerin sosyo-ekonomik ve demografik vb. özelliklerine göre çapraz tablo analizi yapılmıştır.

Çalışmada, analizde yer alan bağımlı değişken (havayolu firma tercihi) ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin yönü açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla, regresyon modelinin oluşturulmasında bağımlı değişkenin üçlü ve kategorik olması nedeniyle çoklu logit modelin kullanılması gerekmiştir. Bu sebeple THY, PEGASUS ve Diğer (Onurair, Anadolujet, Atlasjet, Borajet, Lufthansa vb. ...) olarak ifade edilen değişkenler bağımlı değişken olarak modele katılmıştır. Bağımsız değişkenler ise Tablo 3.1' de verilmiştir. Regresyon analizinin tahmininde SPSS ve Stata paket programlarından yararlanılmıştır.

Regresyon modeli kurulmadan önce değişkenlere Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Bu test sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı çıkan değişkenler model denemelerinde kullanılmıştır. En iyi sonucu veren model ile İzmir ilinde bireylerin havayolu firma tercihinin belirleyicileri açıklanmaya çalışılmıştır.

Nitel Tercih Modelleri

Nitel değişkenler sayısal değerli olmayan kategorik değişkenlerdir. Nitel bağımlı değişkenler doğası gereği kategorik olan iktisadi davranışlardan doğar ya da gözlem sırasında yapılan sınıflamadan dolayı oluşurlar. Ev ya da mobilya satın alma gibi hane halkı kararları ile emek piyasasında işgücüne ya da bir sendikaya katılıp katılmama kararları ile bireyin seçimlerde hangi partiye oy vereceğinin kararı bağımlı değişkenin nitel değişken olduğu durumlara örnek verilebilir (Güneş, 2009: 21).

Doğrusal regresyon modelleri birçok veri çeşidini modellemede faydalı olsa da kullanılabilmesi için bağımlı değişkenin normal dağılımlı olması gerekmektedir. Bağımlı değişkenin iki veya daha fazla nitel tercih içerdiği durumlar söz konusu olduğunda doğrusal regresyon modeli uygun değildir. Doğrusal regresyon yöntemlerinin yetersiz kalması nedeniyle nitel tercih modellerinin tahminleşmesinde farklı yöntemler kullanılmaktadır

(Koop, 2003:209). Nitel tercih modelleri ile ilgili istatistiksel yöntemler paket programların varlığı ve modellenmek istenen birçok davranışın nitel özellik göstermesi ile son 25 yılda hızlı bir gelişme göstermiştir.

Herhangi bir tercih durumunda, seçim yapan birey iki veya daha fazla farklı duruma sahiptir. Bir niteliksel tercih durumu, karar vericinin aşağıdaki ölçütler açısından alternatiflerin seti arasındaki bir seçimle karşı karşıya kalması durumu olarak tanımlanmaktadır:

- 1) Seçime tabi tutulan alternatiflerin sayısı sonludur.
- 2) Alternatifler karar verici açısından karşılıklı dışlayıcıdır. Yani, bireyin alternatiflerden birini seçmesi, diğer alternatifi seçmemesi anlamına gelmektedir
- 3) Tüm mümkün alternatifler seçeneklere dâhil edilmektedir. Bu nedenle birey sadece bir alternatifi seçmektedir (Train,1993: 4).

Nitel Tercih Modelleri; İkili Tercih Modelleri ve Çoklu Tercih Modelleri olmak üzere iki başlık altında incelenebilmektedir. Sadece iki değer alan, “0” ve “1”olarak kodlanan bağımlı değişkenlere iki durumlu bağımlı değişken (binary dependent variable) denilmektedir. İki durumlu bağımlı değişkenlerin bulunduğu modellere de İkili Tercih Modelleri (Binary Choice Models) denilmektedir. Bir hanenin otomobil satın alma kararı modellenmek istenildiğinde araştırma sürecinde otomobil satın alınması durumunda 1 ve satın alınmaması durumunda ise 0 değerini alan ikidurumlu bağımlı değişken söz konusu olmaktadır ve modelleme aşamasında İkili Tercih Modelleri kullanılmaktadır (Güneş, 2009: 22).

Bireyin bir yerden başka bir yere giderken hangi ulaşım aracını tercih ettiği modellenmek istendiğinde çok durumlu bağımlı değişken (multinomial dependent variable) otobüs,otomobil ve metro olmak üzere bireyin tercih ettiği ulaşım aracı Çoklu Tercih Modelleri (Multinomial Choice Models) ile modellenmektedir (Baltagi,2008:339).

Bu çalışmada, uygulamada kullanılan temel yöntem olduğu için nitel tercih modellerinden “Multinomial Logit Model (MNL)” detaylı olarak incelenmiştir.

Multinomial Logit Model (MNL)

Gerçek hayatta bireyler çoğunlukla ikiden daha fazla alternatifli tercih sepetleriyle karşı karşıya kalmaktadır. Ekonomide ortak anlam taşımayan üç veya daha fazla farklı değer alabilen nitel bağımlı değişkenler, karşılıklı dışlayıcı seçenekler arasından bireylerin tercih yaptığı durumlar çoklu tercih modelleri tarafından incelenmektedir (Akın, 2002:28). Çok durumlu bağımlı değişkenlerin farklı çeşitleriyle uygulamalı ekonometri araştırmalarında sıklıkla karşılaşılmaktadır.

Çoklu tercih modellerini iki gruba ayırmak mümkündür. Bunlardan biri sıralı tercihlerle, diğeri de sıralı olmayan tercihlerle ilgilidir. Tercihlerin doğal bir sıralaması olmayan değişkenler, sıralı olmayan (nominal, sınıflayıcı) değişkenlerdir. Bu duruma klasik bir örnek ulaşım aracı tercihidir. Şehirlerarası seyahatler için insanlar uçak, araba, tren ve otobüs arasından bir tercih yapmaktadırlar. Bu dört tercih için doğal bir sıralama yoktur. Tercihlerin doğal bir sıraya sahip olduğu değişkenler ise sıralı (ordinal) değişkenlerdir. Örneğin; seçim yapacak olan bireylere bir duruma ilişkin olarak “kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılmıyorum ya da kesinlikle katılıyorum” arasından seçim yapmaları istenebilmektedir. Burada doğal bir yolla sıralanabilen beş mümkün alternatif bulunmaktadır. Bu tür değişkenler sıralı logit veya sıralı probit model ile analiz edilebilmektedir (Güneş, 2009: 32).

MNL, sıralı olmayan kategorik bağımlı değişkenleri analiz etmek için yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birisidir.

MNL, iki durumlu logite benzer olarak düşünülmektedir. İki durumlu logit modelden elde edilen tahminler MNL parametrelerinin tutarlı tahminleyicileridir. MNL i iki durumlu logit modelin genelleştirilmiş hali olarak kabul etmek mümkündür. Üç çıktıya sahip olunduğu varsayıldığında, MNL üç tane iki durumlu logitin karşılaştırılması olacaktır: 1 ve 2, 1 ve 3, 2 ve 3.

A, B, C kategorilerine sahip y çıktısı ele alındığında, her bir kategori N_A , N_B ve N_C gözlemlerine sahip olunmaktadır. Tek bir bağımsız değişkenin X olduğu varsayalım. İki durumlu logitlerden oluşan bir set yapılarak, Y ve X arasındaki ilişki analiz edilmek üzere, B'ye karşı A'nın olasılığı üzerinde X'in etkisini incelemek için, $N_A + N_B$ gözlemleri seçilmekte ve (4) nolu denklemde gösterildiği şekilde ikidurumlu logiti tahmin edilmektedir:

$$\ln \left[\frac{\Pr(A/X)}{\Pr(B/X)} \right] = \beta_{0,A/B} + \beta_{1,A/B} X \quad (4)$$

Bağımlı değişken, B'ye karşı A'nın olasılığının logaritmasıdır. $\beta_{1,A/B}$ katsayısı, X'deki bir birimlik artış için, B'ye karşı A'nın olasılığının $\exp(\beta_{1,A/B})$ faktörü kadar değiştiğini göstermektedir.

Geriye kalan karşılaştırmalar aynı şekilde yapılmaktadır. C'ye karşı B'nin çıktısı için, $N_B + N_C$ gözlemleri seçilmekte ve (5) nolu denklemde gösterilen ikidurumlu logiti tahmin edilmektedir:

$$\ln \left[\frac{\Pr(B/X)}{\Pr(C/X)} \right] = \beta_{0,B/C} + \beta_{1,B/C} X \quad (5)$$

$N_A + N_C$ gözlemleri için ise bu durum (6) nolu denklemde gösterilmektedir:

$$\ln \left[\frac{\Pr(A/X)}{\Pr(C/X)} \right] = \beta_{0,A/C} + \beta_{1,A/C} X \quad (6)$$

Eğer X'in B'ye karşı A'nın olasılığını ve C'ye karşı A'nın olasılığını nasıl etkilediği bilindiğinde, A'nın olasılığını nasıl etkilediği de bulunabilmektedir.

Ek olarak, üç logit arasında gerekli ilişki (7), (8), (9) ve (10) nolu denklemlerde gösterilmektedir:

$$\ln \left[\frac{\Pr(A/X)}{\Pr(B/X)} \right] + \ln \left[\frac{\Pr(B/X)}{\Pr(C/X)} \right] = \ln \left[\frac{\Pr(A/X)}{\Pr(C/X)} \right] \quad (7)$$

$$(\beta_{0,A/B} + \beta_{1,A/B} X) + (\beta_{0,B/C} + \beta_{1,B/C} X) = (\beta_{0,A/C} + \beta_{1,A/C} X) \quad (8)$$

$$\beta_{0,A/B} + \beta_{0,B/C} = \beta_{0,A/C} \quad (9)$$

$$\beta_{1,A/B}X + \beta_{1,B/C}X = \beta_{1,A/C}X \quad (10)$$

Eğer B'ye karşı A'nın iki durumlu logiti için sonuçlarını ve C'ye karşı B'nin ikidurumlu logitinden elde edilen sonuçları bilindiğinde, C'ye karşı A'nın logiti elde edilebilmektedir. MNLMde, logitlerin tümü eş zamanlı tahmin edilmektedir(Erer, 2011: 58-59).

1.3. ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ BULGULAR

1.3.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcılardan elde edilen verilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.1'de sunulmuştur. Anket çalışmasına katılan bireylerin 235'i (%46,4) kadın, 271'i (%53,6) erkektir. Havayolu firma tercihi yapan bireylerin 44'ü (%8,7) ilkokul, 37'si (%7,3) ortaokul, 110'u (%21,7) lise, 272'si (%53,8) üniversite, 43'ü (%8,5) lisansüstü mezunudur. Bireylerin aylık ortalama kişisel gelir değişkenine baktığımızda 189'u (%37,4) 1000 TL veya daha az, 103'ü (%20,4) 1001-2000 TL, 108'i (%21,3) 2001-3000 TL, 42'si (%8,3) 3001-4000 TL, 64'ü (%12,6) 4001 TL veya daha fazla gelire sahiptir.

Tablo 3.1: Analizde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken Açıklamalar	Ortalama	Std. Sapma
Cinsiyet Durumu (0=Bayan, 1=Erkek)	0,5356	0,49923
Yaş Durumu(1=25 ve altı yaş, 2=26-35 yaş aralığı, 3=36-50 yaş aralığı, 4= 51 ve üstü yaş)	2,1304	1,06556
Medeni Durumu (0= Bekâr, 1=Evli)	0,5099	0,50040
Hanede Yaşayan Kişi Sayısı (1= 1-3, 2= 4-6, 3= 7-9, 4= 10- +)	1,4209	0,60581
Eğitim Durumu (1= İlkokul, 2= Ortaokul, 3= Lise, 4= Üniversite, 5= Lisansüstü)	3,4605	1,04333
Meslek Durumu (1= Memur, 2= İşçi, 3= Öğrenci, 4= Ev Hanımı, 5= Esnaf, 6= Çiftçi, 7= İşsiz, 8= Serbest Meslek, 9= Emekli)	3,7688	2,73443
Kişisel Ortalama Gelir (1= 1000 TL veya daha az, 2= 1001 TL -2000 TL, 3= 2001 TL -3000 TL, 4= 3001 TL - 4000 TL, 5= 4001 TL veya daha fazla)	2,3854	1,38296
Kişisel Ortalama Gelir (1= 1000 TL veya daha az, 0= Değil)	0,3735	,48422
Kişisel Ortalama Gelir (1= 1001 TL -2000 TL, 0= Değil)	0,2036	0,40304
Kişisel Ortalama Gelir (1= 2001 TL -3000 TL, 0= Değil)	0,2134	0,41014

Kişisel Ortalama Gelir (1= 3001 TL - 4000 TL, 0= Değil)	0,0830	0,27616
Kişisel Ortalama Gelir (1= 4001 TL veya daha fazla, 0= Değil)	0,1265	0,33272
Seyahat Sıklık Durumu (1= Nadiren, 2= Ara Sıra, 3= Sık Sık, 4= Sürekli)	2,1304	0,85757
Seyahatlerde Tercih Edilen Ulaşım Aracı (1= Uçak, 2= Tren, 3= Otobüs, 4= Özel Otomobil, 5= Deniz Aracı)	2,2846	1,25786
Seyahatlerde Tercih Edilen Havayolu Firması (0= THY, 1= Diğer, 2= PEGASUS)	1,0138	0,90204
ADB'den Son Bir Yıldaki Seyahat Sayısı(1= 1 kez, 2= 2-4 kez, 3= 5-7 kez, 4= 8-10 kez, 5= 11 ve daha fazla)	1,8320	1,04049
Bireylerin Seyahat Amacı (1= Tatil, 2= Sağlık, 3= Aile-Akraba Ziyareti, 4= İş Gezisi, 5= Eğitim, 6= Diğer)	2,6542	1,35008
Bireyin Risk Alma Durumu (1= Risk Almam, 2= Düşük Düzeyde Risk Alırım, 3= Orta Düzeyde Risk Alırım, 4= Risk Alırım)	2,5356	1,18394
Bireyin Risk Alma Durumu (1= Risk Almam, 0= Değil)	0,2826	0,45071
Bireyin Risk Alma Durumu (1= Düşük Düzeyde Risk Alırım, 0= Değil)	0,1917	0,39403
Bireyin Risk Alma Durumu (1= Orta Düzeyde Risk Alırım, 0= Değil)	0,2332	0,42329
Bireyin Risk Alma Durumu (1= Risk Alırım, 0= Değil)	0,2925	0,45536
Bilet Fiyatlarının Uygunluğu (1= Hiç Etkili Olmadı, 2= Etkili Olmadı, 3= Emin Değilim, 4= Etkili Oldu, 5= Çok Etkili Oldu)	4,2470	1,26813
Erken Rezervasyon İndirimi (1= Hiç Etkili Olmadı, 2= Etkili Olmadı, 3= Emin Değilim, 4= Etkili Oldu, 5= Çok Etkili Oldu)	4,0474	1,34890
Servis ve İkram Zenginliği (1= Hiç Etkili Olmadı, 2= Etkili Olmadı, 3= Emin Değilim, 4= Etkili Oldu, 5= Çok Etkili Oldu)	3,3972	1,57024
Firmanın Daha Konforlu Olması (1= Hiç Etkili Olmadı, 2= Etkili Olmadı, 3= Emin Değilim, 4= Etkili Oldu, 5= Çok Etkili Oldu)	3,6759	1,52006
Aktarmasız Uçuşlar (1= Hiç Etkili Olmadı, 2= Etkili Olmadı, 3= Emin Değilim, 4= Etkili Oldu, 5= Çok Etkili Oldu)	4,2530	1,25518
Firmanın Kamu Malı Olması (1= Hiç Etkili Olmadı, 2= Etkili Olmadı, 3= Emin Değilim, 4= Etkili Oldu, 5= Çok Etkili Oldu)	2,6344	1,62977

ADB: Adnan Menderes Hava Limanı

Tablo 3.1' de belirtilen tüm değişkenler regresyon modelini oluşturmada kolaylık sağlaması düşüncesiyle Ki-kare bağımsızlık testine tabii tutulmuş ve analizde %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkan değişkenler multinomial logit regresyon modeline katılmıştır.

Katılımcıların genellikle tercih ettikleri havayolu firmalarına ilişkin bilgiler Tablo 3.2' de sunulmuştur. Tabloya göre bireylerin %39,9'u THY'yi, %18,8'i Diğer firmaları tercih etmektedir. Tabloya göre en yüksek paya sahip olan firma tercihi %41,3 ile PEGASUS olmuştur.

Tablo 3.2: Seyahatlerde Tercih Edilen Havayolu Firmaları İçin Tercih Dağılımı

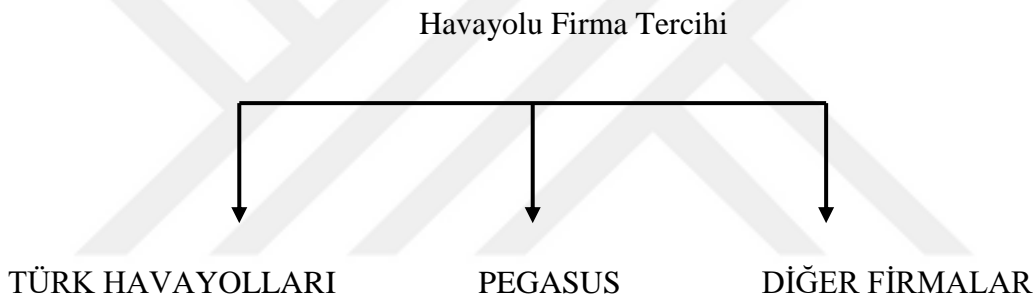
	Frekans	%	Kümülatif (%)
THY	202	39,9	39,9

DİĞER	95	18,8	58,7
PEGASUS	209	41,3	100,0
Toplam	506	100,0	

3.3.2. Ekonometrik Model

Uygulamada bireylerin havayolu firma tercihi modellenmiştir. Bu amaçla, bireylerin firma tercihlerinde etkili olan faktörler çoklu tercih modellerinden MNLM ile incelenmiştir. Modellerde kullanılan açıklayıcı değişkenler firma özellikleri ve bireysel karakteristikler olmak üzere iki gruba ayrılabilir.

MNLM' de bağımlı değişkenimiz Türk Hava Yolları, PEGASUS ve Diğerleri olmak üzere üç alternatiften oluşmaktadır. MNLM için tercih yapısı Şekil 3.1' de gösterilmiştir.



Şekil 3.1: MNLM için Havayolu Firma Tercih Yapısı

Ki-kare analizinde; seyahatlerde tercih edilen havayolu firma tercihi ile firmanın daha konforlu olması, aktarmasız uçuş seçenekleri, servis-ikram zenginliği, erken rezervasyon indirim durumu, bilet fiyatlarının uygunluğu, firmanın kamu malı olma durumu, kişisel ortalama gelirin 1.001-2.000TL olma durumu, kişisel ortalama gelirin 2.001-3.000 TL olma durumu, kişisel ortalama gelirin 3.001-4.000 TL olma durumu, kişisel ortalama gelirin 4.001 TL ve daha fazla olma durumu, bireyin düşük düzeyde risk alıyor olması, bireyin orta düzeyde risk alıyor olması ve bireyin risk alıyor olması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (%1, %5 ve %10). Bunun anlamı, havayolu ulaşımı ile seyahat eden bireyler açısından firma tercihinde, belirlenen özelliklere göre farklılıklar bulunmaktadır.

Yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı çıkan ve modele dâhil edilen değişkenlere ait çapraz tablolar aşağıda tek tek yorumlanmaktadır. Ki-kare testine göre anlamlı çıkmayan ve regresyon modeline dahil edilmeyen değişkenlerin test sonuçları ise EK 1'de verilmiştir.

Tablo 3.3: Bilet Fiyatlarının Uygunluğu ile Havayolu Firma Tercih

FİRMA	FYTUYGNL (Bilet Fiyatlarının Uygunluğu)										Toplam	
	Hiç Etkili Olmadı		Etkili Olmadı		Emin Değilim		Etkili Oldu		Çok Etkili Oldu			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	26	12,9	10	5,0	9	4,5	36	17,8	121	59,9	202	100,
PEGASUS	13	6,2	2	1,0	7	3,3	43	20,6	144	68,9	209	100,
DİĞER	10	10,5	2	2,1	7	7,4	18	18,9	58	61,1	95	100,
Toplam	49	9,7	14	2,8	23	4,5	97	19,2	323	63,8	506	100,
Ki-kare değeri:15,065										Önem düzeyi (p)= 0,058		

Tablo 3.3'de bilet fiyatlarının uygunluğu ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur($p = : 0,058$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde bilet fiyatlarını dikkate aldıkları ve fiyatların firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde bilet fiyatlarının çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %59,9'u, PEGASUS ile seyahat edenlerin %68,9'u ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %61,1'i bilet fiyatlarının uygun olmasının firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo 3.4: Firmaların Erken Rezervasyon İndirim Durumu İle Havayolu Firma Tercih

FİRMA	ERKNRZR (Erken Rezervasyon İndirim Durumu)										Toplam	
	Hiç Etkili Olmadı		Etkili Olmadı		Emin Değilim		Etkili Oldu		Çok Etkili Oldu			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	26	12,9	11	5,4	16	7,9	42	20,8	107	53,0	202	100,
PEGASUS	16	7,7	6	2,9	7	3,3	52	24,9	128	61,2	209	100,
DİĞER	16	16,8	5	5,3	11	11,6	22	23,2	41	43,2	95	100,
Toplam	58	11,5	22	4,3	34	6,7	116	22,9	276	54,5	506	100,
Ki-kare değeri: 19,309										Önem düzeyi (p)= 0,013		

Tablo 3.4'de firmaların erken rezervasyon indirim durumu ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %1 önem seviyesinde

anlamli bulunmuştur($p = : 0,013$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde erken rezervasyon indirimlerini dikkate aldıkları ve bu durumun firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde erken rezervasyon indirimlerinin çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %53,0'ı, PEGASUS ile seyahat edenlerin %61,2'si ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %43,2'si erken rezervasyon indirimlerinin firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo 3.5: Firmaların Servis-İkram Zenginliği İle Havayolu Firma Tercih

FİRMA	SRVSIKRM (Servis-İkram Zenginliği)										Toplam	
	Hiç Etkili Olmadı		Etkili Olmadı		Emin Değilim		Etkili Oldu		Çok Etkili Oldu			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	34	16,8	19	9,4	21	10,4	49	39,1	79	39,1	202	100,
PEGASUS	56	26,8	28	13,4	31	14,8	24	33,5	70	33,5	209	100,
DİĞER	16	16,8	8	8,4	14	14,7	17	42,1	40	42,1	95	100,
Toplam	106	20,9	55	10,9	66	13,0	90	37,4	189	37,4	506	100,
Ki-kare değeri:20,766										Önem düzeyi (p)= 0,008		

Tablo 3.5' de servis-ikram zenginliği ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur($p = : 0,008$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde servis-ikram zenginliğini dikkate aldıkları ve servi ve ikramların firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde ikramların çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %39,1'i, PEGASUS ile seyahat edenlerin %33,5'i ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %42,1'i servis ve ikram zenginliğinin firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo 3.6: Firmaların Daha Konforlu Olması İle Havayolu Firma Tercih

FİRMA	KNFR (Firmanın Daha Konforlu Olması)										Toplam	
	Hiç Etkili Olmadı		Etkili Olmadı		Emin Değilim		Etkili Oldu		Çok Etkili Oldu			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	30	14,9	9	4,5	18	8,9	43	21,3	102	50,5	202	100,
PEGASUS	46	22,0	16	7,7	25	12,0	39	18,7	83	39,7	209	100,
DİĞER	16	16,8	5	5,3	7	7,4	30	31,6	37	38,9	95	100,
Toplam	92	18,2	30	5,9	50	9,9	112	22,1	222	43,9	506	100,
Ki-kare değeri:14,989										Önem düzeyi (p)= 0,059		

Tablo 3.6' da firmanın konforlu olması ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur($p = : 0,059$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde konforu dikkate aldıkları ve konforun firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde konforun çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %50,5'i, PEGASUS ile seyahat edenlerin %39,7'si ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %38,9'u konforun firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo3.7:Firmaların Aktarmasız Uçuş Seçenekleri İle Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	DRKTUCS (Aktarmasız Uçuş Seçenekleri)										Toplam	
	Hiç Etkili Olmadı		Etkili Olmadı		Emin Değilim		Etkili Oldu		Çok Etkili Oldu			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	18	8,9	11	5,4	14	6,9	31	15,3	128	63,4	202	100,
PEGASUS	15	7,2	11	5,3	7	3,3	28	13,4	148	70,8	209	100,
DİĞER	9	9,5	3	3,2	2	2,1	30	31,6	51	53,7	95	100,
Toplam	42	8,3	25	4,9	23	4,5	89	17,6	327	64,6	506	100,
Ki-kare değeri:22,040										Önem düzeyi (p)= 0,005		

Tablo 3.7' de aktarmasız uçuş seçenekleri ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur($p = : 0,005$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde aktarmasız uçuşları dikkate aldıkları ve aktarmasız uçuş seçeneklerinin firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde aktarmasız uçuşların çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %63,4'ü, PEGASUS ile seyahat edenlerin %70,8'i ve DİĞER firmalarla seyahat edenlerin ise %53,7'si bilet fiyatlarının uygun olmasının firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo3.8: Firmaların Kamu Malı Olma Durumu İle Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	KAMU (Firmanın Kamu Malı Olma Durumu)										Toplam	
	Hiç Etkili Olmadı		Etkili Olmadı		Emin Değilim		Etkili Oldu		Çok Etkili Oldu			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	63	31,2	26	12,9	29	14,4	17	8,4	67	33,2	202	100,

PEGASUS	102	48,8	26	12,4	27	12,9	17	8,1	37	17,7	209	100,
DİĞER	40	42,1	11	11,6	13	13,7	16	16,8	15	15,8	95	100,
Toplam	205	40,5	63	12,5	69	13,6	50	9,9	119	23,5	506	100,
Ki-kare değeri:27,343											Önem düzeyi (p)= 0,001	

Tablo 3.8' de firmanın kamu malı olması ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur ($p = : 0,001$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde firmanın kamu malı olmasını dikkate aldıkları ve kamu malı olma durumunun firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde firmanın kamu malı olmasının çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %33,2'si, PEGASUS ile seyahat edenlerin %17,7'si ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %15,8'i firmanın kamu malı olmasının firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

KGLR5 değişkeninin ki-kare testinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmasından dolayı modele diğer gelir değişkenleri de eklenmiştir. KGLR1 değişkeni kukla değişken tuzağından korunmak amacıyla modele dâhil edilmemiştir.

Tablo3.9: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 1.001-2.000 TL Olması İle Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	KGLR2 (Kişisel Ortalama Gelir: 1.001-2.000 TL)				Toplam							
	Evet		Hayır									
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%						
THY	33	32,0	169	41,9	202	100,0						
PEGASUS	48	46,6	161	40,0	209	100,0						
DİĞER	22	21,4	73	18,1	95	100,0						
Toplam	103	100,0	403	100,0	506	100,0						
Ki-kare değeri:3,351											Önem düzeyi (p)= 0,187	

Tablo 3.9' da bireyin kişisel ortalama gelirinin 1.001-2.000 TL olması ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunamamıştır ($p = : 0,187$).

Tablo 3.10: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 2.001-3.000 TL Olması ile Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	KGLR3 (Kişisel Ortalama Gelir: 2.001-3.000 TL)	Toplam
-------	--	--------

	Evet		Hayır			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	50	46,3	152	38,2	202	39,9
PEGASUS	40	37,0	169	42,5	209	41,3
DİĞER	18	16,7	77	19,3	95	18,8
Toplam	108	100,0	398	100,0	506	100,0
Ki-kare değeri:2,328				Önem düzeyi (p)= 0,312		

Tablo 3.10' da bireyin kişisel ortalama gelirinin 2.001-3.000 TL olması ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunamamıştır($p = 0,312$).

Tablo 3.11: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 3.001-4.000 TL Olması ile Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	KGLR4 (Kişisel Ortalama Gelir: 3.001-4.000 TL)				Toplam	
	Evet		Hayır			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	15	35,7	187	40,3	202	39,9
PEGASUS	19	45,2	190	40,9	209	41,3
DİĞER	8	19,0	87	18,8	95	18,8
Toplam	42	100,0	464	100,0	506	100,0
Ki-kare değeri:0,376				Önem düzeyi (p)= 0,828		

Tablo 3.11'de bireyin kişisel ortalama gelirinin 3.001-4.000 TL olması ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunamamıştır($p = 0,312$).

Tablo 3.12: Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 4.001 TL ve Daha Fazla Olması ile Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	KGLR5 (Kişisel Ortalama Gelir: 4.001 TL ve daha fazla)				Toplam	
	Evet		Hayır			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	32	50,0	170	38,5	202	39,9
PEGASUS	15	23,4	194	43,9	209	41,3
DİĞER	17	26,6	78	17,6	95	18,8
Toplam	64	100,0	442	100,0	506	100,0
Ki-kare değeri:9,894				Önem düzeyi (p)= 0,007		

Tablo 3.12’de bireyin kişisel ortalama gelirinin 4.001 TL ve daha fazla olması ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur ($p = : 0,007$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde gelirlerini dikkate aldıkları söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde gelirlerinin 4.001 TL ve daha fazla olmasının çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %50,0'si, PEGASUS ile seyahat edenlerin %23,4'ü ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %26,6'sı gelirlerinin 4.001 TL ve daha fazla olmasının firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

RISK2 değişkeninin ki-kare testinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmasından dolayı modele diğer risk alma durumu ile ilgili değişkenler de eklenmiştir. RISK1 değişkeni kukla değişken tuzağından korunmak amacıyla modele dâhil edilmemiştir.

Tablo 3.13: Bireyin Düşük Düzeyde Risk Alma Durumu ile Havayolu Firma Tercihi

FİRMA	RISK2 (Birey Düşük Düzeyde Risk Alıyor)				Toplam	
	Evet		Hayır		Frekans	%
	Frekans	%	Frekans	%		
THY	29	29,9	173	42,3	202	39,9
PEGASUS	50	51,5	159	38,9	209	41,3
DİĞER	18	18,6	77	18,8	95	18,8
Toplam	97	100,0	409	100,0	506	100,0
Ki-kare değeri:6,071					Önem düzeyi (p)= 0,048	

Tablo 3.13’de bireyin düşük düzeyde risk alma durumu ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur($p = : 0,048$). Tabloya göre, bireylerin firma tercihinde düşük düzeyde riski dikkate aldıkları ve risk durumunun firmalara göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Bireylerin havayolu seyahatlerinde risk durumunun çok etkili olduğu tespit edilmiştir. THY' ile seyahat edenlerin %29,9'u, PEGASUS ile seyahat edenlerin %51,5'i ve Diğer firmalarla seyahat edenlerin ise %18,6'sı düşük düzeyde risk alma durumunun firma tercihini etkilediğini belirtmişlerdir.

Tablo 3.14: BireyinOrta Düzeyde Risk Alma Durumuile Havayolu Firma Tercihii

FİRMA	RISK3 (Birey Orta Düzeyde Risk Alıyor)				Toplam	
	Evet		Hayır			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	41	34,7	161	41,5	202	39,9
PEGASUS	55	46,6	154	39,7	209	41,3
DİĞER	22	18,6	73	18,8	95	18,8
Toplam	118	100,0	388	100,0	506	100,0
Ki-kare değeri:2,083				Önem düzeyi (p)= 0,353		

Tablo 3.14’de bireyin orta düzeyde risk alma durumu ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunamamıştır($p = : 0,353$).

Tablo 3.15: Bireyin Risk Alma Durumu ile Havayolu Firma Tercihii

FİRMA	RISK4 (Birey Risk Alıyor)				Toplam	
	Evet		Hayır			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	63	42,6	139	38,8	202	39,9
PEGASUS	59	39,9	150	41,9	209	41,3
DİĞER	26	17,6	69	19,3	95	18,8
Toplam	148	100,0	358	100,0	506	100,0
Ki-kare değeri:0,634				Önem düzeyi (p)= 0,728		

Tablo 3.15’de bireyin risk alma durumu ile havayolu firma tercihi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak %10 önem seviyesinde anlamlı bulunamamıştır($p = : 0,728$).

Çalışmada havayolu firma tercihine etki eden faktörlere ilişkin elde edilen regresyon modeline ilişkin analiz sonuçları Tablo 3.16’da verilmiştir. Modelde birçok değişken istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.16:Havayolu Firma Tercihii Bulguları

Değişken	THY			DİĞER		
	Katsayı	Standart Hata	Wald	Katsayı	Standart Hata	Wald
Sabit Terim	,456	,602	,574	-,131	,709	,034
FYTUYGNL	-,167***	,104	2,579	-,021	,124	,027

ERKNRZRV	-,195***	,101	3,725	-,348*	,112	9,715
SRVSIKRM	,190*	,071	7,237	,214**	,088	5,968
KNFR	,169**	,076	4,907	,111	,091	1,491
DRKTUCS	-,195**	,093	4,383	-,140	,110	1,619
KAMU	,282*	,069	16,487	,123	,085	2,059
KGLR2	-,262	,297	,779	,233	,347	,452
KGLR3	,730**	,290	6,312	,463	,370	1,565
KGLR4	,042	,419	,010	,204	,497	,169
KGLR5	1,170*	,383	9,329	1,221*	,440	7,708
RISK2	-,941*	,323	8,502	-,598	,381	2,471
RISK3	-,581**	,301	3,709	-,336	,364	,855
RISK4	-,253	,287	,780	-,302	,352	,737

Not: * , ** ve *** katsayıların sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. PEGASUS değişkeni temel değişken olarak belirlenmiştir.

Geliştirilen bir modelin uygunluğunun değerlendirilmesi çok önemlidir. Elde edilen sonuçlar üzerinde dikkatli bir denetim yapmadan sonuç modelinin yorumlanması uygun olmayacaktır. Bu amaçla çeşitli kontrol yöntemleri bulunmaktadır.

Tablo 3.17: Model Fitting Information (Model Uyumluluk Bilgisi)

Model	Ki-kare	df	Sig.
Final	89,163	26	,000

Model, bir bütün olarak test edilmiş ve modelin uyum iyiliği Tablo 3.20' de verilmiştir. Tablo 3.17 incelendiğinde, modelin istatistiksel olarak %1 önem seviyesinde anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

Bunlardan biri de Tablo 3.18' de verilen Goodness of Fit (Uyum İyiliği) testidir. Bu testin p değerinin %5' in üzerinde çıkması uygun görülmektedir. Yapılan test sonucunda da modelin p değeri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.18: Goodness-of-Fit (Uyum İyiliği)

	Ki-kare	df	P değeri
Pearson	902,773	854	,120
Deviance	870,627	854	,339

Doğrusal Regresyon Analizindeki bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi R² istatistiği ölçmektedir. Fakat lojistik regresyon analizinde böyle bir istatistik

bulunmamaktadır. Bu nedenle, regresyon analizindeki R^2 değeri ile lojistik regresyon analizindeki R^2 değerini karşılaştırmak doğru olmaz. Literatürde lojistik regresyon analizi için birkaç R^2 istatistiğine yer verilmektedir. En sık kullanılan istatistikler McFadden R^2 , Cox-Snell ve Nagelkerke R^2 istatistikleridir. Bu istatistikler genel olarak küçük çıkma eğiliminde olduklarından farklı modellerin performansını değerlendirmek için kullanılmaları önerilmektedir. Bu nedenle bazı yazarlar sonuçlar sunulurken R^2 istatistiklerini verilmesini önermemektedir (Oktay ve Orçanlı, 2014: 82).

Cox ve Snell R^2 , olabilirlik esasına göre çoklu R^2 istatistiğine benzemektedir. İstatistiğin maksimum değerinin genelde 1'den küçük olması bu istatistiğin yorumunda güçlük çıkartmaktadır (Kalaycı, 2010: 293). Çalışmada, Cox ve Snell R^2 istatistiği yaklaşık olarak %16,2'dir. Bu oran, bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında yaklaşık %16,2'lik bir ilişkinin olduğunu gösterir.

Nagelkerke R^2 istatistiği ise Cox ve Snell R^2 istatistiğinin 0-1 aralığında değerler almasını sağlamak amacıyla geliştirilmiş bir ilişki ölçümüdür (Kalaycı, 2010: 293). Nagelkerke R^2 istatistiği Tablo 3.19'da yaklaşık olarak %18 olarak elde edilmiştir. Bu istatistik bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında yaklaşık %18'lik bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

R^2 istatistiklerinin 0,20 ile 0,40 arasında çıkması çoğu kaynakta yeterli olarak açıklanmaktadır. Bu sebepten ötürü modelin uygunluğunun değerlendirmesinde elde edilecek olan değerler bu değerler arasında olması beklenir. Sonuç olarak, elde edilen değerler bu değerler arasında ise kurulan modelin uygun olduğunu söylenebilir (Oktay ve Orçanlı, 2014: 83).

Tablo 3.19: Modelin R^2 Tablosu

Adım	-2 Loglikelihood	Cox&Snell R Square	Nagelkerke R Square	McFadden
1	913,554	0,162	0,184	,084

Oluşturulan modelin uyum iyiliğini değerlendirmek için sıklıkla parametrelerin anlamlılığının sınanmasında kullanılan Wald istatistikleri ve doğru sınıflama oranları gibi yöntemler kullanılmaktadır. Parametrelerin anlamlılığının sınanmasında birçok test çeşidi kullanılmaktadır. Wald istatistiği bu testlerin en çok kullanılanlarından (Oktay ve Orçanlı, 2014: 77-78). Çalışmada modelin uyumluluğu ilk olarak Wald İstatistiği açısından değerlendirilecektir.

Anlamli çıkan bağımsız değişkenlerin katsayıları incelendiğinde alternatif firma olan THY için KGLR2, KGLR4 ve RISK4, Diğer alternatif için FYTUYGNL, KNFR, DRKTUCS, KAMU, KGLR2, KGLR3, KGLR4, RISK2, RISK3 ve RISK4 değişkenleri hariç diğer değişkenler Wald Testine göre 0,10 önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu durum Tablo 3.16' da görülmektedir.

Modelin uyum iyiliğinin değerlendirilmesinde kullanılan yöntemlerden bir diğeri Tablo 3.20'de yer alan sınıflandırma tablosudur.

Tablo 3.20: Firma Tercih Modeline İlişkin Sınıflandırma Tablosu

Gözlenen		Beklenen			
		Firma Tercih			Doğruluk Yüzdesi
		THY	Diğer	PEGASUS	
Firma Tercih	THY	133	1	68	65,8
	Diğer	48	5	42	5,3
	PEGASUS	59	1	149	71,3
Toplam Yüzde		47,4	1,4	51,2	56,7

Tabloya göre, THY'yi tercih etmemeyi doğru olarak tahmin etme oranı %65,8 THY'yi tercih etmeyi doğru tahmin etme oranı ise %47,4 olarak elde edilmiştir. Modelde doğru sınıflandırma yapma oranının %56,7 olduğu görülmektedir.

Çok Durumlu Regresyon Modeli'nin THY, PEGASUS ve Diğer'i tercih eden bireyleri gruplara ayırmada yeterli bir model olduğu bulunmuştur. Buradan, model uyumunun oldukça

iyi olduğu ve parametreler belirleyicilik açısından iyi bir ayrımcılığa sahip olduğu sonucuna varılabilir.

MNLM analiz sonuçlarına göre, belirlenen önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunan pozitif katsayılı değişkenler, incelenen firmanın tercih edilme olasılığının referans firmaya (PEGASUS) göre daha fazla olduğunu ifade ederken, istatistik bakımından anlamlı negatif katsayılı değişkenler ise incelenen firmanın tercih edilme olasılığının referans firmaya göre daha az olduğunu ifade eder.

FYTUYGNL, ERKNRZRV, DRKTUCS, KGLR2, RISK2 ve RISK3 değişkenleri, bireylerin seyahatleri için PEGASUS'a göre THY'yi tercih etme olasılıklarını azalmaktadır. ERKNRZRV değişkeni, bireylerin seyahatleri için PEGASUS'a göre Diğer firmaları tercih etme olasılıklarını azalmaktadır. SRVSIKRM, KNFR, KAMU, KGLR3 ve KGLR5değişkenleri, bireylerin seyahatleri için PEGASUS'a göre THY'yi tercih etme olasılıklarını arttırmaktadır. SRVSIKRM ve KGLR5değişkenleri, bireylerin seyahatleri için PEGASUS'a göre Diğer firmaları tercih etme olasılıklarını arttırmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre “ERKNRZRV (Erken Rezervasyon İndirimi)” değişkeni katsayısı her iki alternatif değişken için de negatif çıkmıştır. Bu durum referans alınan PEGASUS isimli firmanın erken rezervasyon indirimleri arttıkça, THY ve Diğer firmaların tercih olasılığının düştüğünü göstermektedir. Bu durum iktisadi beklentilere uygundur.

“FYTUYGNL (Bilet Fiyatlarının Uygunluğu)” değişkeni katsayısı THY alternatif değişkeni için negatif çıkmıştır. Bu durum referans alınan PEGASUS isimli firmanın bilet fiyatlarının uygunluğu arttıkça, bireylerin THY firmasını tercih etme olasılığını azalttığı söylenebilir.

“SRVSIKRM (Servis ve İkram Zenginliği)”değişkeni katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunan her iki alternatif firma için de pozitif çıkmıştır. Bu değişkene göre, bireylerin PEGASUS'a göre THY ve Diğer firmaları tercih etme olasılıkları artmaktadır. Bu durum,

bireylerin PEGASUS firmasının servis-ikram zenginliğinden memnun olmadıklarını ifade etmektedir. PEGASUS'un ikramlarının ücretli olmasından dolayı böyle bir sonucun ortaya çıktığı söylenebilir. PEGASUS firması maddi değeri pahalı olmamakla beraber, yolcularını mutlu edebilecek ufak ikramlarda bulunursa, tüketicilerin ilgisini çekebilir.

“KNFR (Firmanın Diğer Firmalarla Karşılaştırıldığında Daha Konforlu Olması)”değişkeni katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunan THY alternatif değişkeni için pozitif çıkmıştır. Bu değişkene göre, bireylerin PEGASUS'a göre THY'yi tercih etme olasılıkları artmaktadır. Bu durum, ankete katılan bireylerin ifadesiyle, referans alınan PEGASUS isimli firmanın THY' dan daha konforlu olmadığını göstermektedir.

“DRKTUCS (Aktarmasız Uçuş)” değişkeni katsayısı THY alternatif değişkeni için negatif çıkmıştır. Bu durum referans alınan PEGASUS isimli firmanın aktarmasız uçuş seçenekleri arttıkça, THY'nın tercih olasılığının düştüğünü göstermektedir. Bu durum iktisadi beklentilere uygundur.

“KAMU (Firmanın kamu malı olması)” değişkeni katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunan THY alternatif değişkeni için pozitif çıkmıştır. Bu değişkene göre, bireylerin PEGASUS'a göre THY'yi tercih etme olasılığı artmaktadır. Bu durum, ankete katılan bireylerin THY'yi kamu firması olarak gördüğünden tercih ettiğini göstermektedir.

Demografik faktörlerin firma tercihinin etkileyen faktörlerden biri olan “KGLR3 (Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 2.001-3.000 TL Olması)” değişkeni katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunan THY alternatif değişkeni için pozitif çıkmıştır. Bu değişkene göre, bireylerin PEGASUS'a göre THY'yi tercih etme olasılığı artmaktadır. Bu durum, kişisel ortalama geliri 2.001-3.000 TL arası olan bireylerin daha çok THY'yi tercih ettiklerini ifade etmektedir.

Demografik faktörlerin firma tercihinin etkileyen faktörlerden bir diğeri olan “KGLR5 (Bireyin Kişisel Ortalama Gelirinin 4.001 TL ve Daha Fazla Olması)” değişkeni katsayısı

istatistiksel olarak anlamlı bulunan her iki alternatif değişken için de pozitif çıkmıştır.Bu değişkene göre, bireylerin PEGASUS'a göre THY ve Diğer firmaları tercih etme olasılığı artmaktadır.Bu durum, kişisel ortalama geliri 4.001 TL ve daha fazla olan bireylerin PEGASUS' u tercih etmediklerini ifade etmektedir.

“RISK2 (Bireyin Düşük Düzeyde Risk Alma Durumu)”değişkeni katsayısı THY alternatif değişkeni için negatif çıkmıştır. Söz konusu değişkene göre, THY'nin tercih edilme olasılığı PEGASUS firmasına göre azalmaktadır.

“RISK3(Bireyin Orta Düzeyde Risk Alma Durumu)”değişkeni katsayısı THY alternatif değişkeni için negatif çıkmıştır. Söz konusu değişkene göre, THY'nin tercih edilme olasılığı PEGASUS firmasına göre azalmaktadır. RISK2 ve RISK3 değişkenlerinin katsayıları sırasıyla -0,941 ve-0,581'dir. Bu katsayılardan anlaşılmaktadır ki, bireyin risk alma düzeyi arttıkça PEGASUS firmasına olan tercih olasılığı düşmektedir..

Analiz sonucuna göre KGLR2, KGLR4 ve RISK4 değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ulaştırma, ekonomik faaliyetlerin her safhasında var olan ve bir ülkenin gelişimi ile refahını etkileyen bir unsurdur. Tek başına iktisadi gelişme için yeterli olmasa da, ulaştırma altyapısının yetersizliği, iktisadi gelişmenin önünde önemli bir kısıt olabilmektedir. Özellikle küresel ticaretin hızla yükseldiği günümüz dünyasında, ulaştırma sektörü her zamankinden daha anlamlı ve önemli hale gelmiştir.

Ulaştırma sektörünü ele alan, özellikle havayoluyla ilgili pek çok araştırma yapılmış ve yapılmaya da devam edilmektedir. Bu araştırmalar sadece bilimsel araştırmalarla kalmamış havayolunda faaliyette bulunan firmalar tarafından da gerçekleştirilmiştir. Firmalar farklı piyasalara, farklı tüketici özelliklerine uygun hizmet üretip çeşitli kâr marjı ile kâr etmeyi amaçlarlar.

Firmalar bu hedeflerine ulaşabilmek için AR-GE çalışmaları yapmaktadır. Firmalar bu amaç içerisinde iken tüketicide kendisi için en faydalı olacak firmayı tercih edecektir. Tüketiciler bu faydayı elde ederken bir takım kısıtlayıcılar ile karşı karşıya kalacak ve bu kısıtlayıcılar arasında en iyi tercihi yapmak isteyeceklerdir. Bu kısıtlayıcılar tüketicinin demografik özelliklerinin yanı sıra sosyo-kültürel özelliklerini de kapsayacaktır. Bu bakış açılarından dolayı çalışma iki farklı açıdan önem arz etmektedir.

Araştırmanın uygulama kısmına geçmeden, ilk bölümde mikro ekonomiyi ilgilendiren teorik bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın daha iyi anlaşılabilmesi açısından tüketici teorisi açıklanmaya çalışılmıştır. Ele alınan havayolu firmalarının da içerisinde bulunduğu piyasa türleri hakkında bilgiler verilmiştir.

Firma yapıları ve özellikleri incelendikten sonra ulaşım sektörüne giriş yapılmıştır. Sektörün yapısı ve küresel dünyadaki yeri hakkında bilgiler verilmiştir. Ulaşım sektörü gelişen teknolojinin hâkimiyeti altında olan dünya için büyük önem arz etmektedir. Özellikle bir yerden bir yere taşınması gereken insan ve mamuller için havayolu ulaşımı zaman

açısından seçenekler arasında üst sıralarda yer almaktadır. Bu durumu sayısal verilerle göstermek gerekirse, havayolu ulaşımının uçuş trafikleri, yıllar itibariyle taşınan yolcu sayıları, GSYH içindeki payı, faaliyet gösteren firmaların sektördeki payları bizlere bu konuda yardımcı olmaktadır. Çalışmada bu verilere de yer verilmektedir.

Çalışmanın yapılabilmesi için gerekli olan veriler Türkiye'nin en önemli kentlerinden biri olan İzmir ilinde, daha önce İzmir' den havayolu ile seyahat gerçekleştiren bireyler ile yüz yüze görüşme sonucunda elde edilen 506 anket çalışmasından oluşmaktadır.

Çalışma belirli adımlarla hazırlanmıştır. Başlangıç kısmında araştırmanın mikro ekonomik bilgileri verilmektedir. Tüketici teorisi açısından konu anlatılmış, tüketici kavramı talep ve firma taraflarından değerlendirilmiştir. Ardından ulaştırma sektörü hakkında gerekli bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın amaçlarından birini oluşturan ulaştırma sektörünün ekonomideki önemi hakkında teorik bilgiler verildikten sonra sayısal verilerle bu bilgiler desteklenmektedir.

Elde edilen veriler Multinomial Logit yöntemi kullanılarak analiz yapılmıştır. Havayolu ulaşımı ile seyahat eden bireylerin firma tercihini etkileyen kişisel faktörler ile firmaya ilişkin özellikler arasında istatistikî bakımdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı araştırılan bu çalışmada Ki-kare analizi sonuçlarına göre bireylere ve firmanın sahip olduğu özelliklere göre, firma tercihinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Bireylerin firma tercihini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik yapılan analizde, "PEGASUS" temel değişken olarak ele alınarak, PEGASUS yerine THY ve Diğer firmaların tercihinde hangi faktörlerin etkili olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, Bayanların erkeklere göre PEGASUS' u tercih etme yüzdesi daha fazladır.

Firma tercihini etkilediği görülen bir diğer değişkeni ise yaş değişkeni olup, 25 ve altı yaş grubuna ait bireylerin çoğunlukla PEGASUS' u tercih ettiği, 26 ve 50 yaş grubu bireylerin ise THY' nı tercih ettiği analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır.

Çalışmanın bulguları Türkiye'nin ekonomik ve demografik değişim eğilimleriyle birlikte düşünüldüğünde, havayolunda faaliyet gösteren firmalar için önem arz eden bilgiler içermektedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre; kişisel ortalama geliri 1.000 TL ve daha az olan bireylerin %46,0' sı ulaşım için PEGASUS' u tercih etmektedir. Bu sonuç bize PEGASUS' un bilet fiyatlarının THY ve Diğer firmalara göre daha uygun olduğunu ve bunun bir tercih sebebi olabileceğini göstermektedir. Firmaların fiyat politikalarını gözden geçirmeleri ve hizmetten ödün vermeyerek bilet fiyatlarında indirim gitmeleri, tüketiciler tarafından tercih edilme yüzdelerini arttıracaktır. Bulunan bu bulgu ise firmalar tarafından dikkate alınabilir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular aynı zamanda politika yapıcılar açısından da önemlilik arz edebilir. Türkiye'deki potansiyel pazar durumu firmalara detaylı bir şekilde tanıtılarak Türkiye'deki havayolu ulaştırma sektörü hakkında yatırım kararı alma konusunda etkili olabilir. Bunun sonucunda havayolu ulaştırma sektörüne yapılacak yeni yatırımlar Türkiye ekonomisine önemli katkı sağlayacaktır. Öncelikle yeni yapılacak yatırımlar yoluyla istihdam artışı sağlanacak ve işsizlik oranı düşecektir. Ayrıca vergi geliri ile ülke ekonomisinin büyümesine olumlu katkı sağlanacaktır.

Çalışmada elde edilen bulgular firmalara karar alma aşamalarında yardımcı olabilir. Örneğin çalışmamızda elde edilen bulgulara göre, ankete katılan 506 bireyin 128' i (%25,29) PEGASUS' u tercih ederken erken rezervasyon indirimlerinin çok etkili olduğunu, 79' u (%15,61) THY' yi tercih ederken servis-ikram zenginliğinin çok etkili olduğunu, 46'sı (%9,09) PEGASUS' u tercih ederken firmanın daha konforlu olmasının hiç etkili olmadığını, 148'si (%29,24) PEGASUS' u tercih ederken aktarmasız uçuş seçeneklerinin çok etkili olduğunu, 67'si (%13,24) THY'yi tercih ederken kamu malı olmasının çok etkili olduğunu belirtmiştir. Spesifik olarak, firmalar pazarlama faaliyetlerinde bu hususları dikkate alabilirler.

Rekabetin şiddetli olduğu bir ortamda firmaların varlıklarını devam ettirebilmeleri için tüketici tatminini en iyi şekilde karşılayacak mal ve hizmetleri tüketici istekleri doğrusunda üretmeleri gerekmektedir. Bu yüzden araştırma bölgesi ve diğ er bölgelerdeki faaliyet gösteren firmaların yukarıda açıklanan hususları dikkate almaları uygun olabilecektir.



KAYNAKÇA

- Akgüngör, A. P. ve Demirel, A. (2004). “Türkiye’deki Ulaştırma Sistemlerinin Analizi ve Ulaştırma Politikaları”, Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 10, ss.423-430
- Akın, F. (2002). “Kategorik Data Analizi: Türkiye İşgücü Verilerine NestedLogitModel Uygulaması”. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Arıkan, İ. ve Ahipaşaoğlu, S.,(2005), “Ulaştırma işletmeleri”, Ankara, Gazi Kitabevi, s.127
- Aslan, L. , (2009), “Türkiye’de Ulaştırma Sektörünün Gelişmesinde Devletin Yeri ve Önemi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Mali Hukuk Programı Yüksek Lisans Tezi
- Aslan, M. (2007). Havayolu İşletmelerindeMüşteri Değeri ve iç hatlarda hizmet sunan havayolu İşletmelerindeMüşterideğerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma, Yayınlanmamış Y. Lisans Tezi. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi.
- Aydın, N., Başar, M., Coşkun, M., (2007), Finansal Yönetim, Genç Copy Center, Eskişehir, syf: 476
- Bakırcı, M. (2012). “Ulaşım Coğrafyası Açısından Türkiye’de Havayolu Ulaşımının Tarihsel Gelişimi Ve Mevcut Yapısı” Marmara Coğrafya Dergisi sayı: 25, Ocak - 2012, s. 340 – 377
- Baltagi, B. H. (2008). *Econometrics*. Berlin: Springer.
- Berk, N. , (2000), finansal yönetim, 5. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, syf : 455
- Bushanova, G.(2012), “Kazakistan Turizmi açısından havayolu ulaştırmasının Önemi: Astana havayolları örneği”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi,1986, milliyet gazetecilik A.Ş., İstanbul, cilt:14,
s.7494

Ceylan, A. , (2001), işletmelerde finansal yönetim, 7. Basım, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa,
syf: 311,

Ceylan, A. , (1998), işletmelerde finansal yönetim, 5. Basım, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa,
syf: 281,

Dilek, Ö. (2007), “Şehirlerarası havayolu talep tahmini: Erzurum üzerine bir uygulama”,
Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans

Tezi

Dinler, Z., (2012), Mikro Ekonomi, Ekin Yayıncılık, 23. Baskı, syf:

Dinler, Z., (2009), İktisada Giriş, Ekin Yayıncılık, 15. Baskı, Bursa, syf:

Doganis, R. , 2006, TheAirline Business, London, Routledge, s. 12-26

DPT (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967), DPT Yayınları,Ankara:
<http://ekutup.dpt.gov.tr/planI/giris.html>

DPT (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972), DPT Yayınları, Ankara:
<http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan2.pdf>

DPT (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977), DPT Yayınları, Ankara:
<http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan3.pdf>

DPT (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983), DPT YayınlarıAnkara: Yayın
No:1664

DPT (1985). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), DPT Yayınları,Ankara: Yayın
No:1974

DPT (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), DPT Yayınları, Ankara: Yayın No: 2174

DPT (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), DPT Yayınları, Ankara: <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan7.pdf>

DPT (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), DPT Yayınları, Ankara: <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan8.pdf>

DPT (2007). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013), DPT Yayınları, Ankara: <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/ix/9kalkinmaplani.pdf>

DPT (2014). Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018), DPT Yayınları, Ankara: <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/ix/10kalkinmaplani.pdf>

Erer, E. (2011). “ Türkiye’de İş Arama Davranışını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir

Gujarati, D. N. (1999), Temel Ekonometri, (Çev. Ü. Şenesen ve G.G. Şenesen), LiteratürYayıncılık, İstanbul

Güneş, C. (2009). “ Türkiye’ de Hanelerin Konut Tercihi: EkonometrikYaklaşım ”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir

İçöz, O. 1996, seyahatacentaları ve tur operatörlüğü yönetimi, Ankara, anatolia yayıncılık, 1996, s.15

Kalaycı, Ş. (2010), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 5.Baskı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

- Karakaş, A. ,(2013), Ekonominin Temelleri, sayfa: 217,
- Kaya, S. (2008), “Türkiye’de Ulaştırma Sektörünün Genel Görünümü Ve Sorunları”, İzmir Ticaret Odası, Ar-Ge Bülten 2008 Şubat – Sektörel, İzmir
http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/turkiyede_ulasirma_sektorunu_n_genel_gorunumu_s_kaya_26.04.2012%2021-21-15.pdf
- Kaya, E., 2000, Havaalanlarında Fiyatlandırma Açısından Muhasebe Bilgi Sistemi, Eskişehir, sivil havacılık yüksekokulu yayınları, s.18
- Kaysari, A. (2011)“Havayolu Taşımacılığında Müşteri Memnuniyeti: Türk Havayolları Müşterileri Üzerine Bir Araştırma”, Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir,
- Koop, G., (2003). *Bayesi an Econometrics*. England: John Wiley&Sons Ltd.
- Mühim, S. A., (2012) “Şirket Birleşmeleri (mergers) ve havayolu şirketlerinde merger uygulamalarına örnekler”, Yüksek lisans tezi, İstanbul kültür üniversitesi, sosyal bilimler enstitüsü, İstanbul
- Nayak, G., 2000 Development of Transport andCommunication: A Case Study, New Delhi: Anmol Publications
- Okka, O., (2009), Analitik Finansal Yönetim Teori ve Problemler, Nobel Yayın Dağıtımı, syf: 875
- Oktay, E. ve K. Orçanlı (2014), ‘Atatürk Üniversitesinde İnternet Bankacılığının Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi’, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:18,Sayfa:57-91, Uşak.
- Owen, W. ,1959 “Transportation and Economic Development”, The American Economic Review, Vol. 49, No. 2, May, 179-187.

- Saatçioğlu, C., (2006) Ulaştırma Sistemleri ve Politikaları: Türkiye-Avrupa Birliği Uygulamaları, ankara: gazi kitabevi.
- Sayılđan, G., (2006), Soru ve Yanıtlarla İşletme Finansmanı, Turhan Kitabevi, 2. Basım, Ankara
- şahin, İ. E., Yılmaz, B., (2010), şirket Birleşmeleri, Birleşmelerde Tarihsel Gelişim Suresi ve Uygulanan Ödeme Yöntemleri, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:13, Sayı:19, sayfa: 67-68
- Train, K. (1993). Qualitative Choice Analysis: Theory, Econometrics and Application to Automobile Demand. The Massachusetts Institute of Technology.
- Tübitak (2003), Vizyon 2023 Ulaştırma ve Turizm Paneli Raporu, Ankara, ss.8, http://www.vizyon2023.com/teknolojiongorusu/paneller/ulastirmaveturizm/raporlar/utp_son_surum.pdf
- TÜİK, (2013) , <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (2012), ekonomik coğrafya (küreselleşme ve kalkınma), çantay kitabevi, İstanbul, 12. Baskı
- Türbedar, E., (2010), “Balkanlar’da Ulaştırma Sektörünün Yeniden Yapılandırılması Ve Türk Dış Ticaretine Etkileri”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, 22.
- Yaylalı, M. , (2004), Mikroiktisat, Beta Yayıncılık, 3. Baskı, 248-249,
- Yıldırım, K. , (2012), Endüstriyel Ekonomi, Pelikan Yayıncılık, 5. Baskı

İNTERNET KAYNAKLARI

<http://www.flypgs.com>

<http://www.sunexpress.com/tr/irket/filo-vb>

http://www.onurair.com.tr/ucak_filosu.aspx

<http://www.atlasjet.com>

<https://www.borajet.com.tr/kurumsal>

2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu, <http://www.shgm.gov.tr>, iletişim adresli internet sayfası, 08.07.2014

www.ubak.gov.tr sektörel projeler(havayolu ulaşımı) erişim tarihi 01.04.2014 : syf215

www.ubak.gov.tr sektörel projeler(havayolu ulaşımı) erişim tarihi 01.04.2014 : syf200

www.ubak.gov.tr sektörel projeler(denizyolu ulaşımı) erişim tarihi 01.04.2014 : syf252-253

www.ubak.gov.tr sektörel projeler(karayolu ulaşımı) erişim tarihi 01.04.2014 : syf18-19

<http://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--tarihce>

http://tr.wikipedia.org/wiki/Demir_yolu erişim tarihi 31.03.2014

<http://www.turkishairlines.com/tr-tr/kurumsal/basin-odasi/bir-bakista-THY/basari-hikayesi>

<http://www.turkishairlines.com>

<http://www.flypgs.com/PEGASUS.dunden.bugune.asp>, S.E.T. 12.05.2007).

www.ubak.gov.tr sektörel projeler(demiryolu ulaşımı) erişim tarihi 01.04.2014 : syf 106-107

EK-1

Tablo 4.1: Bireyin medeni durumu ile Seyahatlerde tercih ettiği firmalara göre örneklemin dağılımı

FİRMA	Medeni Durum				Toplam	
	Evli		Bekâr			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	107	53,0	95	47,0	202	100,0
Diğer	43	45,3	52	54,7	95	100,0
PEGASUS	108	51,7	101	48,3	209	100,0
Toplam	258	51,0	248	49,0	506	100,0
PearsonChi-SquareValue : 1,603					p= 0,449	

Tablo 4.2: Bireyin yaş durumu ile Seyahatlerde tercih ettiği firmalara göre örneklemin dağılımı

FİRMA	YAŞ DURUMU								Toplam	
	25 ve altı Yaş		26 - 35 Yaş Aralığı		36 - 50 Yaş Aralığı		51 ve üstü Yaş			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	64	31,7	57	28,2	48	23,8	33	16,3	202	100,0
Diğer	42	44,2	25	26,3	19	20,0	9	9,5	95	100,0
PEGASUS	81	38,8	55	26,3	44	21,1	29	13,9	209	100,0
Toplam	187	37,0	137	27,1	111	21,9	71	14,0	506	100,0
PearsonChi-SquareValue : 5,937									p= 0,430	

Tablo 4.3: Bireyin cinsiyet durumu ile Seyahatlerde tercih ettiği firmalara göre örneklemin dağılımı

FİRMA	Cinsiyet Durumu				Toplam	
	Bayan		Erkek			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	91	45,0	111	55,0	202	100,0
Diğer	37	38,9	58	61,1	95	100,0
PEGASUS	107	51,2	102	48,8	209	100,0
Toplam	235	46,4	271	53,6	506	100,0
PearsonChi-SquareValue :4,202					p= 0,122	

Tablo 4.4: BireylerinHanelerinde Yaşayan Kişi Sayısı ile Seyahatlerde tercih ettiği firmalara göre örneklemin dağılımı

FİRMA	Hanede Yaşayan Kişi Sayısı								Toplam	
	1-3		4-6		7-9		10- +			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	117	57,9	79	39,1	3	1,5	3	1,5	202	100,0
Diğer	59	62,1	32	33,7	3	3,2	1	1,1	95	100,0
PEGASUS	142	67,9	58	27,8	7	3,3	2	1,0	209	100,0
Toplam	318	62,8	169	33,4	13	2,6	6	1,2	506	100,0
PearsonChi-SquareValue : 7,428									p= 0,283	

Tablo 4.5: Bireylerin Kişisel Ortalama Geliri ile Seyahatlerde tercih ettiği firmalara göre örneklemin dağılımı

FİRMA	Kişisel Ortalama Gelir										Toplam	
	1000 TL veya daha az		1001-2000 TL		2001-3000 TL		3001-4000 TL		4001 TL veya daha fazla			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	72	35,6	33	16,3	50	24,8	15	7,4	32	15,8	202	100
Diğer	30	31,6	22	23,2	18	18,9	8	8,4	17	17,9	95	100
PEGASUS	87	41,6	48	23,0	40	19,1	19	9,1	15	7,2	209	100
Toplam	189	37,4	103	20,4	108	21,3	42	8,3	64	12,6	506	100
Pearson Chi-Square Value : 15,516											p= 0,050	

Tablo 4.6: Bireylerin Eğitim Durumu ile Seyahatlerde tercih ettiği firmalara göre örneklemin dağılımı

FİRMA	Eğitim Durumu										Toplam	
	İlkokul		Ortaokul		Lise		Üniversite		Lisansüstü			
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
THY	72	35,6	33	16,3	50	24,8	15	7,4	32	15,8	202	100
Diğer	30	31,6	22	23,2	18	18,9	8	8,4	17	17,9	95	100
PEGASUS	87	41,6	48	23,0	40	19,1	19	9,1	15	7,2	209	100
Toplam	189	37,4	103	20,4	108	21,3	42	8,3	64	12,6	506	100
Pearson Chi-Square Value : 15,073											p= 0,519	

EK 2*Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)*

- ❖ Hava alanlarını yapan ve işleten birbirinden ayrı iki kurum olan Hava Alanları ve Akaryakıt Tesisleri İnşaat Reisliği ve Devlet Hava Meydanları İşletme Genel Müdürlüğü arasında personel fazlalığını önleyecek şekilde işbirliği yapılması,
- ❖ Hem sivil hem de askeri hava alanı bulunan yerlerde, birinin hava ulaştırması için seçilip kullanılması ve bakım, geliştirme harcamaları yalnız bu seçilen alana yapılması,
- ❖ Hava alanlarının güvenlik donatımı artırılması

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)

- ❖ Hava alanlarında, yer hizmetlerinin, tek elden ve daha düzenli bir şekilde yapılması,
- ❖ Hava-taksi servisi konusunda araştırmalar yapılması ve potansiyel olan yerlerde başlatılması için destek verilmesi(Dilek, 2007: 22)

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)

- ❖ Sivil havacılıkla ilgili alan hizmetlerinin etkili olarak yürütülmesi için başlatılan çalışmaların tamamlanarak ve uygulamaya konulması,
- ❖ İşletmeye açılmış olan havaalanlarının fiziki yönden geliştirilmesine devam edilmesi

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)

- ❖ Ekonomik olmayan hatlarda çalışan uçakların daha çok potansiyel gösteren hatlara kaydırılması ve mevcut filonun daha verimli kullanılması,
- ❖ Hava alan ve limanlarının gerekli elektronik aygıtlarla donatılmasının tamamlanması ve her türlü hava koşullarında aksamayan bir hava ulaşım sisteminin gerçekleşmesi,

❖ Uçuşa elverişlilik belgesi veren ve yasalarla verilmiş görevleri üstlenen Ulaştırma Bakanlığı'na bağlı "Hava Ulaştırması Genel Müdürlüğü" nün sivil havacılıkla ilgili görevlerini günün koşullarına uygun düzeyde ve gereğince yerine getirebilmesini sağlamak amacıyla geliştirilmesi ve yeniden düzenlenmesi

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)

❖ Türk Hava Yolları uçak filosunun, talep tahminleri izlenerek, gelişmelere paralel olarak büyütülmesi,

❖ Hava ulaşımında kullanılan her türlü tesis, tesisat ve yardımcı sistemlerin her an kullanılabilir seviyede faal tutulması için bakım, onarım ve yenileme hizmetlerine birinci öncelik verilmesi(Dilek, 2007: 23)

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)

❖ Plan döneminde kamu kesimince yapılan havayolu yolcu taşımacılığında iç hatlarda % 6.4, dış hatlarda % 7.9 yıllık ortalama artış sağlanması ve plan dönemi sonunda iç hatlarda 1450 milyon yolcu-km dış hatlarda 60000 milyon yolcu-km ye erişilmesi,

❖ Havayolu ile kargo, posta ve fazla bagaj olarak kamu sektörünce yapılan yük taşımalarında plan hedefi olarak 1994 yılında iç hatlarda 16 milyon ton-km, dış hatlarda 84 milyon ton-km öngörülmekte ve dönem içinde iç hatlarda % 7.8, dış hatlarda ise %8.8 yıllık ortalama artış olması,

❖ Hava trafik kontrol hizmetlerinin sürat ve emniyetle yapılması ve Türk hava sahasının güvenliğinin kurulacak radar ağıyla daha üst düzeyde sağlanması amacıyla Türkiye Hava Trafik Kontrol Radar Kaplaması Projesinin sonuçlandırılması,

❖ THY uçak filosunun modernizasyonu, standardizasyonu ve geliştirilmesi çalışmalarına devam edilerek, THY'de hizmet standartlarının ve uçakların kapasite kullanımının yükseltilerek yurtiçi yolcu taşımacılığında ziyade uzun menzilli ve ekonomik açıdan daha avantajlı dış hatlara yönelmesinin hedef alınması,58 gibi önlemlere yer verilmiştir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)

- ❖ Havaalanları yatırımlarında önceliğin, Atatürk ve Antalya olmak üzere, mevcut havaalanlarının hizmet kapasitelerinin ve standartlarının yükseltilmesine verilmesi,
- ❖ Hava ulaştırması alt yapısı yetersiz olan ancak, turizm ve ihracat potansiyeli yüksek bölgelerde havaalanı yatırımlarına önem verilmesi(Dilek, 2007: 24)



ÖZGEÇMİŞ

1990 yılında Zile’de doğmuştur. İzmir Engin-Hayri Özmeriç İlköğretim Okulu’nda (1996-2004) ve Havva Özişbakan Lisesi’nde (2004-2007) okumuştur. 2007 yılında kazandığı Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümünü 2012 yılında bitirmiştir. 2012-2013 öğretim yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı’nda yüksek lisans öğrenimine başlamıştır.