

Havayolu Şirketlerinde Doluluk Oranının Önemi

Vedat Ekergil¹

Özet

Havayolları şirketleri; uçak, yer hizmetleri, havaalanı gibi unsurların gerçekleştirilmesinde yüksek yatırımları nedeniyle sabit maliyetleri oldukça yüksek işletmelerdir. Yöneticilerin kontrol edebildikleri değişken maliyetler ise, toplam maliyetler arasında oldukça küçük bir orana sahiptir. Rekabetin yoğun yaşandığı sektörde, kâr oranları ise oldukça düşüktür. Bu nedenle bu işletmelerin gelirleri içinde küçük bir orana sahip olan kârını kaybetmeme çabası ile aktif ve gerekirse vahşi bir fiyat politikası izlemesi gerekmektedir. Hedeflenen kârın ve yapılan yatırımın geri dönüşü; hedef gelir, maliyet, kapasite oranı ve yolcu sayısı ile gerçekleştirilebilir. Bu amaca ulaşmayı test edecek tekniklerden birisi “maliyet-hacim-kâr analizi”dir. Birçok havayolu şirketi için önemli bir hedef olarak konulan kârlılık, birbiriyle doğrudan etkileşim içinde olan üç değişkene dayanmaktadır. Bunlar; maliyet, fiyat ve doluluk oranı (load factor)’dır. Doluluk oranı havacılık, turizm gibi bazı sektörlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Aslında bu yöntem maliyet-hacim-kâr analizi ile güvenlik payı yöntemlerini etkin bir kullanım şeklidir. Şirketlerin bu oranları açıklamaları durumunda, farklı şirketlerin aynı seferlerinin veya aynı şirketin farklı dönemlerinin karşılaştırılma olanağı yaratılabilmektedir. Böylece şirketlerin maliyet, gelir, doluluk ve diğer stratejilerini karşılaştırma ve düzeltme olanağı da yaratılabilmektedir. Çalışmada, havacılık şirketlerinin maliyetleri, maliyet yapısı ve doluluk oranı yaklaşımı üzerinde durulacaktır. Ayrıca Türkiye’deki bir havayolu şirketinin gerçek verilerine dayalı olarak doluluk oranı yaklaşımı örneği çözümlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Havayolu, Başabaş Noktası, Doluluk Oranı

JEL Kodları: M40, M41, M49

¹ Open Education Faculty, Anadolu University, Eskişehir, Turkey, vekergil@anadolu.edu.tr

The Importance of Load Factor for Airline Companies

Abstract

Airline companies have high fixed costs due to the operations carried out for planes, ground operations and airports. The variable costs controlled by the managers have a small percentage overall. Profit rates are also very small in this high competitive industry. For the airline companies not to lose their small profits, they take a wild and active strategy for pricing. To achieve the targeted profit and the return on the investment are linked with target income, cost, capacity rate and the number of passengers. One of the techniques used to test this is call “cost-volume-profit analysis”. The targeted profit important for the airline companies depends on three variables. These are; cost, price and load factor. Load factor is widely used in sectors like airline and tourism. Indeed, this method is another way of using cost-volume-profit analysis and safety margin together. This can be used for comparing companies’ various terms or the same services of different companies. By this, cost, income, load and other strategies of the companies can be compared and revised. In this study, the costs, cost structures and the load factors of the airline companies are examined. Furthermore, based on the real data of an airline company operating in Turkey, load factor approach is examined.

Keywords: Airline, Break-even point, Load factor.

JEL Codes: M40, M41, M49.