

Konaklama İşletmelerinin Gelişen İşletmeler Piyasasına Bakış Açıları Ve Farkındalıkları: Alanya Uygulaması*

Perspective And Awareness of Hospitality Industry about Emerging Companies Market (Ecm): Alanya Application

Erdal TAŞCAN

Öğr. Gör. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Gazipaşa Rahmi Büyükballi Meslek Yüksekokulu

Ali Cüneyt ÇETİN

Doç. Dr. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İşletme Fakültesi

ÖZ

Anahtar Kelimeler:
Gelişen İşletmeler Piyasası, GİP, KOBİ, Konaklama İşletmeleri, Alanya

Ülkemizde, birçok işletmenin ekonomik ömrü finansal problemler nedeniyle kısa sürmektedir. Finansal tekniklerden yararlanılarak, işletmenin finansman imkânı ve kabiliyetleri artırılarak işletmenin ömrünü uzatmak mümkündür. Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP) yoluyla halka arz, finansman temini ve tekniklerinden biridir. Özellikle konaklama işletmelerinin mevcut ve alternatif finansal araçlardan yararlanması turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ekonomik etki alanını artıracaktır. Bu çalışmanın amacı, Alanya'daki konaklama işletmeleri yöneticilerinin Gelişen İşletmeler Piyasası'na bakış açılarını ve farkındalıklarını ölçmek, tutumlarını değerlendirmektir. Çalışmada 178 konaklama işletmesinde 186 işletme yöneticisi üzerinde anket yapılmış ve sonuç olarak konaklama işletmeleri yöneticilerinin, GİP'in işletmelere finans, insan kaynakları, şirket değeri, marka değeri, şöhret, itibar ve kurumsallaşma anlamında önemli katkılar sağlayacağına inandıkları tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Keywords: Emerging Companies Market, ECM, SME, Hospitality Industry, Alanya

In our country, the economic life of many businesses is short-lived due to financial problems. Making use of financial techniques and increasing the company's financial capabilities, it is possible to extend the life of the company. Funding through IPO (Emerging Companies Market: ECM) is one of the possibilities and techniques. That especially accommodation businesses benefit from current and alternative financial instruments will enlarge their economical impact domain. The study is held in 178 hospitality businesses and face to face with 186 senior business managers by applying a questionnaire. As a result it is determined that hospitality business managers believes that ECM will contribute significantly to the businesses in terms of human resources, enterprise value, brand value, reputation, and institutionalization.

1. GİRİŞ

Tüm işletmeler için sermaye gereksinimi birçok problemi ve sıkıntıyı beraberinde getirmektedir. Sermaye gereksinimini ortadan kaldırmanın farklı teknikleri vardır. Öz sermaye, banka kredisi gibi geleneksel finansal araçlar kullanılabilirken son yıllarda yaygınlaşan leasing, faktöring gibi alternatif finansal araçlar da tercih edilmektedir.

İşletmeler stratejik planlar yapabilmek için, ellerinde rekabet avantajı sağlayacak, fırsatları değerlendirecek, tehditlere karşı güvenlik marjı oluşturacak finansal güce sahip olmalıdır. Finansal güce erişmek için finansal kaynaklar ve teknikler hakkında bilgi sahibi olmakla başlanmalıdır. Bundan sonraki aşamada ise en uygun kaynak belirlenmeli ve kullanılmalıdır. Bacasız sanayi olarak tabir edilen turizm sektöründe konaklama işletmeleri ülkemize önemli ekonomik, sosyal ve kültürel etkiler sağlamaktadır. Konaklama işletmelerinin bu etkilerin devamlılığını sağlayabilmesi, işletmeler için önemli bir girdi olan sermayenin en düşük maliyetle ve en uygun süreyle temin edilmesini gerekli kılmaktadır. Sermaye ihtiyacının temini için Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP) ise burada önemli bir araçtır. Bu çalışma Alanya'daki konaklama işletmelerinin yönetici kademesinde bulunan kişilerin Gelişen İşletmeler Piyasasına bakış açılarını ve farkındalıklarını ölçmek, tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

*Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Erdal TAŞCAN tarafından Yrd.Doç.Dr. Ali Cüneyt ÇETİN'in danışmanlığında tamamlanan, "Konaklama İşletmelerinde Yöneticilerin Gelişen İşletmeler Piyasasına Bakış Açıları ve Farkındalıkları: Alanya Uygulaması" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

2. KONAKLAMA İŞLETMELERİ

Turizm sektörü günümüzde ekonomik, sosyo-kültürel ve topluma sağladığı katkı ile önemi artarak devam etmektedir. Sektörün dinamik yapısının iletişim araçları ile bütünleşmesi sonucu pazar ve rekabet koşulları gün geçtikçe artmaktadır. Konaklama işletmeleri sayısının her geçen gün artmasıyla birlikte ekonomi içindeki payı da artmaktadır.

Ulaşım ve iletişim alanındaki yaşanan gelişmeler, beraberinde çalışma hayatını, çalışma şartlarını, istek ve ihtiyaçlar gibi birçok alışkanlığı değiştirmiştir. Seyahat alışkanlığı değişen tüketiciler gittikleri yerlerde beslenme, barınma, dinlenme ve eğlenme gibi insan ihtiyaçlarının karşılanması zorunluluğu konaklama işletmelerinin varlık nedenlerini ortaya çıkarmaktadır.

Konaklama işletmeleri, insanların kendi ikamet ettikleri konut dışında, çeşitli nedenlerle yaptıkları seyahat sonucunda beslenme, barınma, dinlenme ve eğlenme gibi zorunlu ihtiyaçların karşılanması için mal ve hizmet üreten ticari işletmelerdir (Olalı ve Korzay, 1993: 7).

Turistlerin seyahat beklentileri, gelir düzeyi, yaş farklılıkları, zevk ve tercihlerin değişiklik göstermesi birbirinden farklı konaklama işletmeleri sınıflarının doğmasına neden olmuştur (Özdemir ve Akpınar, 2002: 85-105). Konaklama işletmeleri sınıflarının çeşitli kriterlere göre yapıldığı söz konusu işletmelerden bazıları aşağıda tanımlanmaktadır.

• Oteller

İnsanların konutları dışında değişik nedenlerle yaptıkları seyahat sonucu özellikle barınma ve beslenme gibi ihtiyaçlarını, buna bağlı olarak spor, eğlenme ve dinlenme gibi değer ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet üreten beraberinde insanların psikolojik duygularını tatmin eden nitelikli ticari işletmelerdir (Şener, 2001: 3).

• Moteller

Şehir merkezlerindeki karşılıkları “hotel” olan karayolları güzergâhlarına kurulan, yolculuk yapanların beslenme ve barınma ihtiyaçlarını yanında araçların park edilebileceği en az 10 odalı küçük konaklama işletmeleridir (Met, 1989: 14).

• Tatil Köyleri

Konaklama gereksinimi yanında çeşitli spor, eğlence, dinlenme faaliyetlerinin yapılabildiği doğayla bütünleşik, en az 60 odalı konaklama tesisleridir.

• Pansiyon

Müşterilerin beslenme ihtiyaçlarının kendilerinin giderebileceği, yemekleri bizzat yapabilecekleri basit inşaat ve yönetim anlayışıyla kurulan en az 5 odalı tesislerdir.

• Kampingler

Kent giriş ve çıkışlarında karayolları güzergâhları yakın çevresinde, doğal güzelliği olan deniz, dağ, göl, nehir gibi yerlerde kurulan ve genel itibarıyla insanların yeme-içme, eğlenme dinlenme, spor gibi faaliyetlerin kendi imkânlarıyla yaptıkları en az 30 ünitelik tesislerdir.

• Apart oteller

Müşterilerin beslenme ihtiyaçlarının kendilerinin karşılayacağı, mesken olarak kullanılabilir bağımsız apartman ya da villa tarzı inşa ve tefriş edilen konaklama işletmeleridir.

• Hostel

Gençlik turizminin isteklerine cevap verebilecek, sağladığı imkânla müşterilerin bizzat yeme- içme ihtiyacını karşıladığı en az 10 odalı tesislerdir.

• Diğer işletmeler

Bahsedilen konaklama işletmeleri dışında turistik amaçlı hizmet veren beslenme, barınma, eğlenme spor, dinlenme imkânı veren işletmeler mevcuttur. Bunlar; dağ evleri, oto karavanlar, yatlar, yüzer tesisler, cruise gemiler, sağlık tesisleri, kaplıcalar, trenler, spor ve avcılık tesisleri, devre mülk gibi tesislerdir (Karabulut, 2005: 48).

3. GELİŞEN İŞLETMELER PİYASASI (GİP)

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ)’lerin sermaye piyasalarında faaliyette bulunarak finansman sorununun ortadan kaldırılması amacı ile 04.02.2011 tarihinde “Gelişen İşletmeler Piyasası” (GİP) kurulmuştur. Böylece Ulusal Pazarda kotasyon şartlarını sağlayamayan ve finansman problemlerini genelde ağır şartlardaki banka kredisi yoluyla halletmeye çalışan KOBİ’lere finans kaynağı olarak yeni bir alternatif doğmuştur. GİP, düşük maliyetlerle fon ihtiyacını gidermek isteyen şirketlerin menkul kıymetlerinin işlem görebileceği, şeffaf ve düzenli ortam yaratmak amacıyla kurulan bir ara piyasadır (Cevaplarla Borsa ve Sermaye Piyasası, 2011: 40).

Diğer pazarlara göre işleyiş tarzı farklı olan ve kabul kriterleri kolaylaştırılan GİP ile hedeflenen küçük ve orta ölçekli şirket hisselerinin borsada işlem görmesini sağlayarak finansman problemini azaltmak ve kurumsallaşmasına katkıda bulunmak, böylece daha fazla tasarrufu ekonomiye kazandırmaktır (Saraç ve Bozkurt, 2011: 90).

GİP’in en önemli amacı, KOBİ ölçeğindeki girişimlerin sermaye piyasalarında faaliyette bulunabilmesini sağlamaktır. Bununla birlikte nihai hedef, bu şirketlerin zamanla elde edecekleri sermaye, hisse likiditesi, kurumsallaşma, tanınırlık ve güvenilirlik gibi niteliklerle birlikte Ulusal Pazar'a kote olabilecek seviyeye ulaşmalarını sağlamaktır (www.egemen.com).

Bu piyasa ile hedeflenen, işletmelerin sermaye piyasasında güvenli ve istikrarlı olarak serbest rekabet koşulları altında, dürüstlük ve açıklık ilkelerinin gözetildiği bir pazarda faaliyette bulunabilmesini temin etmektir (Emre ve Budak, 2006: 8). Bununla birlikte, şirketlerin öz kaynaklarını güçlendirmeleri ve büyümelerini kolaylaştırarak ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlayabilecek düzeye erişmeleri amaçlanmaktadır (Gelişen İşletmeler Piyasası, 2014: 4).

3. 1. GİP ile Pay Piyasası Arasındaki Farklar

Şirketlerin paylarını halka arz etme şekli, farklı koşullara bağlı olarak değişebilmektedir. Halka arz edilen payların, Pay Piyasası (PP) ve Gelişen İşletmeler Piyasası olmak üzere borsada işlem görebileceği iki piyasa mevcuttur. Bunlar arasında başvuru şekli, halka arz, işlem görme, ödenen ücretler ve denetim açısından farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 1. GİP ile Pay Piyasası Arasında Başvuru Şekli Farklılıkları

Pay Piyasası	Gelişen İşletmeler Piyasası
Şirketler, PP'de işlem görebilmek için Kotasyon Yönetmeliği'ne tabi olarak Borsa İstanbul'a başvuruda bulunur.	Şirketler, GİP'te işlem görebilmek için GİP Yönetmeliği'ne tabi olarak Borsa İstanbul'a başvuruda bulunur.
Kotasyon Yönetmeliğinde Borsa kotuna alınarak kot içi pazarda işlem görebilmek için nicelik ve/veya niteliğe ilişkin kriterler (kârlılık, faaliyet süresi, sermaye büyüklüğü, piyasa değeri gibi unsurlara bağlanmış şartlar) tanımlıdır. Kot dışı pazarlarda işlem görmek için değerlendirmeler ise ilgili genelgeler çerçevesinde yapılmaktadır.	GİP Yönetmeliği'nde başvurunun kabulü için nitelik veya niceliğe ilişkin bir kriter tanımlanmamıştır.
Gerekli inceleme Borsa İstanbul tarafından yapılır, şirket kot içi veya kot dışı pazarlardan uygun olanında Borsa İstanbul Yönetim Kurulu kararı ile işlem görebilir.	Gerekli inceleme Piyasa Danışmanı kuruluş tarafından yapılır ve inceleme sonuçları bir rapor ve ekli belgelerle birlikte Borsa İstanbul'a sunulur. Piyasa Danışmanının şirket hakkında hazırladığı raporda olumlu görüş bildirmesi halinde Yönetim Kurulu kararı ile şirket payları GİP Listesi'ne alınabilir.
PP'de mevcut ortakların sahip oldukları paylar işlem görebilir.	GİP'te ortak satışı yolu ile halka arza izin verilmediğinden mevcut ortakların sahip olduğu paylar işlem göremez

Kaynak: (Cevaplarla Borsa ve Sermaye Piyasası, 2014: 48)

Pay Piyasası'nda şirketler, var olan sermayeyi temsil eden payların bir bölümünü ortak satışı olarak halka arz edebilme imkânına sahipken, mevcut ortakların rüçhan haklarını kısıtlayıp sermaye artırımını yaparak da halka arzı gerçekleştirebilir veya her iki yolu da kullanabilir. GİP'te ise, mevcut ortakların yeni pay alma hakları kısmen ya da tamamen önlenir. Sadece sermaye artırımını veya tahsisli sermaye artırımını yapılarak ihraç edilecek payların halka arzı gerçekleştirilebilmektedir. GİP'de ortak satışı yapılarak halka arz olmak mümkün değildir. Böylece payların satılması ile elde edilecek fonların şirkette kalması ve bunların şirketin gelişmesi yönünde kullanılması amaçlanmaktadır. PP'de kot içi pazarda en az beş yüz gerçek ve tüzel kişiye halka arz yapılması gerekirken, GİP'te böyle bir sayısal kriter bulunmamaktadır (Cevaplarla Borsa ve Sermaye Piyasası, 2014: 48). PP'de denetimler daha hassas ve katlanılan maliyetler yüksek iken, GİP'de şirketlerin üstlendiği yükümlülükler Pay Piyasasına göre daha hafiftir (Gelişen İşletmeler Piyasası, 2014: 1).

Gelişen İşletmeler Piyasası'nda maliyetler diğer piyasalara nazaran daha düşük olsa da piyasada işlem görmek isteyen şirketlerin katlanması gereken bazı giderler bulunmaktadır.

Tablo 2. GİP ile Pay Piyasası Arasında SPK, Borsa İstanbul ve MKK'ya Ödenen Ücret Açısından Farklılıklar

Pay Piyasası	Gelişen İşletmeler Piyasası
SPK kayıt ücreti: %0,1 (binde bir)	SPK kayıt ücreti: %0,01 (on binde bir)
Borsa İstanbul kota alma ücreti: Payların nominal tutarı üzerinden %0,1 (binde bir)	GİP Listesi'ne kabul ücreti: Başvuruya konu payların nominal tutarı üzerinden %0,01 (on binde bir)
Borsa İstanbul kotta kalma ücreti: Kota alma ücretinin dörtte biri	GİP Listesi'nde bulunma ücreti: GİP Listesi'ne kabul ücretinin dörtte biridir
MKK üyelik giriş ücreti: (2.000 TL'den az, 50.000 TL'den çok olmamak şartıyla) ödenmiş/çıkarılmış sermayenin %0,1 (binde biri)	MKK üyelik giriş aidatı: (200 TL'den az, 5.000 TL'den çok olmamak şartıyla) ödenmiş/çıkarılmış sermayenin %0,01 (on binde biri)
İhracın nominal tutarı üzerinden %0,05 (on binde beş)	İhracın nominal tutarı üzerinden %0,005 (yüz binde beş)

Kaynak: (Cevaplarla Borsa ve Sermaye Piyasası, 2014: 49)

3. 2. GİP'e Başvurabilecek Şirketler

Başvuruda bulunacak şirketin öncelikle Anonim ortaklık yapısına sahip olması ve Ulusal Pazar'da işlem görebilmesini sağlayacak şartları taşımaması gerekmektedir. Bu koşullara sahip bir şirket GİP tarafından yetkilendirilmiş bir piyasa danışmanı ile anlaşır ve başvuru için hazırlık sürecini tamamlar. Piyasada işlem görmesine engel herhangi bir kısıt bulunmuyor ise piyasa danışmanı tarafından hakkında olumlu rapor hazırlanır. Bununla birlikte ana sözleşmesinde piyasada

işlem görecek payların devir ve tedavülünü engelleyici ya da pay sahibinin haklarını kısıtlayıcı hükümler bulunmuyorsa GİP Listesi'ne girebilmek için Borsa İstanbul'a başvuru yapılabilmektedir. Şirketler; faaliyet süresi, sermayesi veya piyasa değeri açısından herhangi bir kısıtasa tabi değildir (www.egemen.com).

3. 3. GİP'te İşlem Gören Payların Özellikleri

GİP'te paylar Merkezi Kayıt Kuruluşu (MKK) sisteminde izlenir ve alım-satımları elektronik işlem platformu üzerinden gerçekleştirilir. İşlemler gerçekleştirilirken Piyasa Yapıcısı Sürekli Müzayede yöntemi kullanılmaktadır. Piyasa yapıcısı olmayan işlemlerde ise, Tek Fiyat işlem yöntemine başvurulur. Nakit ve menkul kıymetlerin takasları Takas ve Saklama Bankası A.Ş. (Takasbank) tarafından yürütülür. Payların ve nakdin teslimi ya da alınması T+2 gününde (işlem günü + 2 iş günü) Takas bank ve Merkezi Kayıt Kuruluşu tarafından sağlanır. Payların alım-satımları Türk lirası ile gerçekleştirilir (GİP Kılavuzu, 2011: 2).

Gelişen İşletmeler Piyasası'nda birincil ve ikincil olmak üzere iki piyasa işlemi bulunmaktadır. Birincil piyasada, sermaye artırımında bulunarak paylarını ihraç eden şirketler ile alıcılar, karşı karşıya gelirler. Burada fonlar yatırımcıdan ihraçta bulunan şirkete geçer ve satışla birlikte şirket nakit sermaye elde eder. İkincil piyasada ise, pay sahipleri bunları başka yatırımcılara nakit karşılığı satar. Dolayısıyla bu piyasa şirkete nakit getirmez ve sadece pay sahipliğinde değişikliğe neden olur. İkincil piyasada, birincil piyasa işlemlerine konu olan ve sermaye artırım sonucunda bunlara ait hakların kullanımı ile elde edilen paylar işlem görebilir (GİP Kılavuzu, 2011: 2-3).

3. 4. GİP Listesi

GİP'de işlem görebilecek menkul kıymetleri gösteren listedir. Listeye girmeye hak kazanan payların özellikleri ve bunları ihraç eden şirkete ait veriler GİP Listesi'ne kaydedilir ve borsanın günlük bülteninde ilan edilir (Yatbaz, 2013: 116). Borsa İstanbul'un web adresinde yayınladığı GİP Listesi'ne göre GİP'de toplam 22 şirket işlem görmekte olup, bu şirketlerin GİP'de işlem gören toplam sermayeleri 64.256.634 TL'dir. GİP Listesi'nde 12 Piyasa Danışmanı bulunmaktadır (www.borsaistanbul.com).

3. 4. 1. GİP Listesi'ne Kabul Başvurusu ve Kriterleri

Şirketler, anlaşma sağladığı piyasa danışmanı ile birlikte bir dilekçe hazırlayarak başvuruda bulunurlar. Dilekçeye GİP Yönetmeliği'nde belirtilen belgeler de eklenir. İbraz edilen belgelerin doğruluğundan hem şirket yönetimi hem de piyasa danışmanı birlikte sorumludurlar (GİP Yönetmeliği, 2009: 2-3). Danışmanın şirkete ilişkin hazırladığı rapor olumlu ise, Yönetim Kurulu raporu ve diğer genel şartları göz önüne alarak payların GİP Listesi'ne kabulüne ya da reddine karar verir (GİP Kılavuzu, 2011: 5). Şirket paylarının GİP'de işlem görebilmesi için bazı koşulların sağlanması gerekmektedir (Gelişen İşletmeler Piyasası, 2014: 8):

- Şirketin anonim şirket statüsünde olması, kuruluş ve faaliyet bakımından hukuki durumu ile paylarının hukuki durumunun tabi olduğu mevzuata uygun olduğunun bağımsız bir hukukçu tarafından hazırlanacak rapor ile belgelenmesi,
- Başvurunun, mevcut ortakların yeni pay alma haklarının kısmen veya tamamen kısıtlanması suretiyle sadece sermaye artırım yoluyla ihraç edilecek payların halka arzı ve işlem görmesi için yapılmış olması,
- Borsa İstanbul'un ana pazarı olan Pay Piyasası'ndaki pazarlara kabul kriterlerinden (kârlılık, faaliyet süresi, sermaye büyüklüğü, piyasa değeri gibi unsurlara bağlanmış şartlar) en az birinin şirket tarafından sağlanamamış olması,
- Şirket ana sözleşmesinin işlem görece payların devir ve tedavülünü kısıtlayıcı veya pay sahibinin haklarını kullanmasına engel olacak kayıtlar içermemesi,
- Şirket ile Piyasa Danışmanı Listesi'nde yer alan bir piyasa danışmanı arasında başvuru tarihi itibarı ile en az iki yıl süre ile geçerli bir piyasa danışmanlığı anlaşmasının imzalanmış olması,
- Başvuru tarihi itibarıyla son yıl sonu finansal tablolarının bağımsız denetimden geçmiş olması, ancak bağımsız denetime esas bilanço tarihinden itibaren dokuz ay geçmesi halinde ayrıca altı aylık ara dönem finansal tablolarının da bağımsız denetimden geçmesi gerekmektedir.

Yukarıda kriterleri karşılayan işletmeler GİP'e başvuru yapabilmektedir. Pay piyasasına göre koşulların kolaylaştırıldığı açıkça görülmektedir.

3. 4. 2. GİP Listesi'ne Kabul Süreci

Şirketlerin GİP'e kabul işlemini bir süreç şeklinde ele almaları ve bu sürecinin her bir adımını doğru bir şekilde yürütmeleri ve yönetmeleri gerekmektedir. Öncelikle şirketin başvuru işlemlerini yürütmeye yararılanacağı kendi bünyesinde bir ekip oluşturması gerekmektedir. Böylece işlerin sürekliliği sağlanacak ve her bir ekip üyesi bu konuda uzmanlaşarak kabul sonrasında da Borsa İstanbul, SPK ve MKK ile işlemlerin yürütülmesinde şirkete yararlı olacaktır. Sonrasında şirket başvuru hazırlıklarını birlikte gerçekleştirebileceği bir piyasa danışmanı ile anlaşmalıdır. Danışman ile anlaşma sağlandıktan sonra payların halka arz yoluyla satılması için bir aracı kuruluş ile de isteğe bağlı olarak anlaşma sağlanabilir. Ayrıca şirketin finansal tablolarını değerlendirmesi için SPK tarafından yetkilendirilmiş bağımsız bir denetim şirketi ile anlaşma yapılmalıdır. Bir sonraki adımda sermaye artırım yapıp yapılmayacağı ve şirket ana sözleşmesinin sermaye piyasasına uygunluğu değilse değişiklik yapılması şirketteki yetkili organ tarafından karara bağlanır. Sonrasında şirket

paylarının satış fiyatı belirlenir ve piyasa danışmanı ile birlikte SPK ve Borsa İstanbul'a sunulmak üzere gerekli belgeleri içeren başvuru dosyası hazırlanır. SPK'ya payların kayda alınması Borsa İstanbul'a ise payların GİP Listesi'ne kabulü için başvuru gerçekleştirilir. Bilgi ve belgelerde herhangi bir eksiklik ya da mevzuata aykırı bir durum tespit edilmezse halka Arz İzahnamesi SPK tarafından onaylanan şirket payları GİP Listesi'ne kabul edilir ve işlem görmeye başlar (www.borsaistanbul.com).

3. 4. 3. GİP Listesi'nden Çıkarılma Hakkı

GİP Listesi'nden çıkarılma işlemi, yönetim kurulu kararı ya da şirketin kendisinin talepte bulunması üzerine gerçekleşir (Yatbaz, 2013: 120). Aşağıda yer alan durumlardan en az birinin gerçekleşmesi ile şirket payları Yönetim Kurulu tarafından listeden çıkarılabilir (GİP Yönetmeliği, 2009: 6-7):

- Pay Piyasası'nda işlem görebilmek için başvuruda bulunulması ve başvurunun kabulü,
- Şirketin iflas, tasfiye gibi herhangi bir sebeple sona ermesinin Borsa'ya bildirilmesi,
- Şirketin işlem sırasının en az dört ay süre ile kapalı kalması durumunda,
- Kamuyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) gönderilen bilgi, belge ve açıklamaların yetersiz olması ya da gerçek dışı olması sebebiyle mevzuata aykırı bir durum tespit edilmesi,
- Şirketin yükümlülük ve sorumluluklarını yerine getirmemesi,
- Piyasa danışmanı ile anlaşma sona ermesine rağmen işlem sırasının kapanmasından itibaren dört aylık sürede içinde yeni bir piyasa danışmanı ile anlaşmama imzalanmaması,
- Şirketin faaliyetlerine devam edebilmesi için elinde bulundurduğu izin, lisans, yetki belgesinin iptalinin veya ortadan kalktığı öğrenilmesi,
- Son iki döneme ait bağımsız denetim raporlarının olumsuz görüş içermesi,
- Borsa'nın işleyiş, usul ve esaslarına şirketin uyum gösterememesi.

Şirket kendi talebiyle paylarının GİP Listesi'nden çıkarılması için Borsa'ya başvuruda bulunduğunda, Yönetim Kurulu payların GİP Listesi'nden çıkarılma kararını verir ve bu durumdan yatırımcıların mağdur olmamaları için şirketin bir takım önlemler almasını isteyebilir (GİP Yönetmeliği, 2009: 6-7).

3. 5. Piyasa Danışmanı (PD)

Piyasa danışmanı, GİP Yönetmeliğinde açıklandığı şekliyle, Borsa İstanbul tarafından şirketlerin piyasa danışmanlığını üstlenmek üzere yetkilendirilen kurumdur (GİP Kılavuzu, 2011: 8).

3. 5. 1. PD'nin Görev ve Sorumlulukları

Şirketlerin sermaye piyasası ve Borsa İstanbul mevzuatı hakkında bilgi edinebilmesi ve paylarının işlem gördüğü süre zarfında mevzuata uyum sorunu yaşamamasını engellemek düşüncesi ile GİP'de piyasa danışmanlığı uygulamasına gidilmiştir. Gelişen İşletmeler Piyasası'na başvuru yapmak isteyen şirketler bir piyasa danışmanı ile anlaşmak zorundadır (www.ekininvest.com). Gelişen İşletmeler Piyasası'nda faaliyete bulunan PD'lerin temel görev ve sorumlulukları aşağıda özetlenmiştir (GİP Kılavuzu, 2011: 8):

- Başvurusu aşamasında gerekli hazırlıkların yapılmasında şirkete yardımcı olmak,
- Sunulan bilgi ve belgelerin gerçekleri yansıttığını şirket ile birlikte doğrulamak ve sorumluluk almak,
- Kabul başvurusunda sunulmak üzere şirket raporunu hazırlamak,
- GİP Listesi'ne kabul ile birlikte şirketin SPK ve Borsa uygulamalarına uyum sağlamasına mevzuata uygun olarak yardımcı olmak.

3. 5. 2. Piyasa Danışmanı Anlaşması

Piyasa danışmanlığı anlaşması, GİP Listesi'ne kabul edilmek üzere başvuruda bulunan ya da payları GİP Listesi'nde işlem gören fakat süre dolması ya da herhangi bir nedenden dolayı mevcut piyasa danışmanı ile anlaşması sona ermiş şirket ile PD arasında imzalanan bir anlaşmadır. Piyasa Danışmanlığı, sadece Gelişen İşletmeler Piyasası PD Listesi'nde yer alan yetkili şirketlerce yapılmaktadır (Yatbaz, 2013: 123).

4. GİP'İN KOBİ'LER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ulusal borsalarda kotasyon şartlarını ve kriterlerini yerine getirememesi sebebi ile halka arza gidemeyen KOBİ'ler için GİP önemli bir fon temin etme aracıdır. Bunun yanında GİP, KOBİ'lerin kurumsallaşma yoluna giderek verimliliklerini ve etkinliklerini artırmalarına, önemli ölçüde istihdam sağlayan kuruluşlar düzeyine gelmelerine yardımcı olmaktadır (Sönmez, 2008: 123).

4.1. Avantajlar

KOBİ'ler GİP' de işlem görmeye başlaması ile birlikte finans sağlama, fiyat oluşumu ve likidite sağlama, tanınır hale gelme, güvenilirlik kazanma dolayısıyla kredibilitelerini yükseltme ve kurumsallaşma gibi birçok faydanın yanı sıra bazı avantajlar da elde etmektedir (www.borsaistanbul.com).

Borsa İstanbul ve SPK tarafından Gelişen İşletmeler Piyasası'nda işlem gören şirketlerden alınan ücretler diğer pazarlarda alınan ücretlerden 1/10 düzeyinde olmak üzere daha düşüktür. Bunun yanında Pay Piyasasındaki şirketler sermaye tutarlarının toplamı ile ücrete tabi iken, GİP'de ücretler şirketin GİP Listesi'ndeki payına oranla belirlenmektedir. SPK ve Borsa İstanbul, diğer piyasalarda geçmiş üç yıla ait finansal raporların denetimini istemekle birlikte halka arz olunma tarihine bakarak altı veya dokuz aylık ara dönem raporlarını da istemektedir. Gelişen İşletmeler Piyasası'nda ise, son yılsonu bağımsız denetim raporları yeterli olmakla birlikte, halka arz tarihi altı aylık finansal tabloların yayınlanma dönemine denk gelen şirketlerden altı aylık ara dönem bağımsız denetim raporları da istenmektedir. Ayrıca diğer piyasalarda şirketlerin altı aylık ara dönem finansal raporlarını düzenli olarak bağımsız denetime tabi tutmaları zorunlu iken, GİP'de yalnız yılsonu finansal tabloların bağımsız denetimden geçirilmesi gerekmektedir (www.borsaistanbul.com).

4.2. Dezavantajlar

GİP, sağladığı birçok fayda ve avantajın yanında bazı dezavantajlara da sahiptir. Bu dezavantajlar; anonim şirket olmanın getirdiği yükümlülükler, ödenen ücretler ve katlanılan maliyetler, kamuyu aydınlatma kapsamında şirkete ait bilgi ve belgelerin paylaşılması ve açıklanması olarak özetlenebilir (Yatbaz, 2013: 128).

4.3. Getirdiği Yükümlülükler

Şirketler GİP'te faaliyette bulunmaya başlaması ile birlikte bazı yükümlülükleri de üstlenmektedir. Bunlardan bazıları; bir piyasa danışmanı ile anlaşma yapma, kamuyu aydınlatma, temettü dağıtma ve kurumsal yönetimi benimseme olarak sıralanabilir (www.borsaistanbul.com).

Şirketler, kamuyu aydınlatma adına yılsonu finansal raporlarına ilişkin denetim raporlarını, belirlenen sürelerde kamuoyuna ve açıklamak durumundadır. Şirketlerin ayrıca SPK'nın belirlediği oranlarda asgari temettü dağıtması gerekmektedir. Temettü oranı dağıtılabilir karın %20'sinden az olmayacak şekilde belirlenir. Şirket temettü dağıtımında; nakden dağıtım, pay olarak dağıtım, belli oranda nakit belli oranda pay olarak ya da her iki şekilde de dağıtmadan ortaklık bünyesinde bırakma konusunda serbesttir. Üstlenilen bir diğer yükümlülük kurumsal yönetimin benimsenmesidir. Kurumsal yönetim ile amaçlanan; eşitlik, sosyal sorumluluk, şeffaflık, bağımsızlık, sorumluluk, disiplin ve hesap verebilirlik gibi niteliklerin şirketlere kazandırılmasıdır (www.borsaistanbul.com).

4.4. Sunulan Teşvikler

KOBİ'lerin halka açılmasını teşvik etmek için birçok alanda muafiyetler sağlanmış, maliyetler düşürülmüş, ücret indirimleri, yükümlülük sadeleştirmeleri yapılmış ve teşvik uygulamalarına gidilmiştir (GİP Tanıtım Kitapçığı, 2014: 11). Teşvik uygulaması kapsamında, GİP'de işlem görmek üzere sermaye piyasası araçlarını halka arz edecek KOBİ'lerin maliyet finansmanının sağlanması için KOSGEB tarafından "Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı" oluşturulmuştur (GİP Kılavuzu, 2011: 15).

Destekleme programından faydalanmak isteyen KOBİ'lerin KOSGEB'e kayıtlı olmaları gerekmektedir. Program kapsamında üst limiti toplam 100.000 TL olmak üzere geri ödemesiz destek sağlamaktadır (www.borsaistanbul.com).

Tablo 3. KOSGEB KOBİ Destek Programı

Destek Unsurları	Destek Ödemesi Üst Limiti (TL)	Oran (%)
Piyasa danışmanı danışmanlık hizmet bedeli (azami 2 yıl)	60.000	75
Bağımsız denetim hizmeti bedeli	20.000	75
SPK kurul kaydına alma ücreti, Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Piyasası Listesine kabul ücreti, Merkezi Kayıt Kuruluşu masrafı	10.000	100
Aracı kuruluşa ödenecek aracılık komisyonu	10.000	75

Kaynak: www.kosgeb.gov.tr

Destek programı ile şirketlerin karşılaşmak zorunda olduğu SPK kayıt ücreti, borsa ücreti, merkezi kayıt kuruluşu ücreti, bağımsız denetçi ve piyasa danışmanı ücretleri, hukuki danışmanlık ve aracılık ücretleri, tanıtım ve benzeri maliyetlerin finansmanı karşılanmaktadır (www.egemen.com).

5. KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN GELİŞEN İŞLETMELER PİYASASINA BAKIŞ AÇILARI VE FARKINDALIKLARI, ALANYA UYGULAMASI

5.1. Alanya'daki Konaklama İşletmeleri

Alanya'da hizmet veren konaklama tesisleri, faaliyet türlerine göre Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli ve Belediye belgeli tesisler olmak üzere iki şekilde faaliyet göstermektedir. Söz konusu konaklama tesislerinin sayıları Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Alanya’da Hizmet Veren Konaklama Tesisleri Sayısı

Tesis Türü	Bakanlık Belgeli Konaklama Tesisleri			Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri	
	Bakanlık İşletme Belgeli	Bakanlık Yatırım Belgeli	Toplam	Tesis Türü	Sayı
5 Yıldızlı Tatil Köyü	3	1	4	Otel	154
4 Yıldızlı Tatil Köyü	1	1	2	Pansiyon	28
5 Yıldızlı Otel	50	13	63	Apart Otel	149
4 Yıldızlı Otel	88	17	105	Pansiyon Otel	0
3 Yıldızlı Otel	45	7	52	Kamping	3
2 Yıldızlı Otel	17	2	19	Tatil Köyü	0
1 Yıldızlı Otel	2	2	4	Toplam	334
Butik Otel	1	2	3		
Apart Otel	28	0	28		
Toplam	235	45	280		

Kaynak: (www.altso.org.tr, Alanya 2013 Ekonomik Rapor)

5.2. Alanyadaki Konaklama İşletmelerinin Gelişen İşletmeler Piyasasına Bakış Açıları ve Farkındalıklarının Belirlenmesi

5.2.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı bir hizmet sektörü olan turizm alanında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerinin fon sağlama aracı olarak halka açılma yöntemine bakış açılarını belirlemek ve gelişen işletmeler piyasası hakkındaki bilgi seviyeleri ile bu piyasayı kullanma oranlarını tespit etmektir.

5.2.2. Çalışmanın Kapsamı

Çalışma Alanya’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerini kapsamaktadır.

5.2.3. Çalışmanın Evreni ve Örneklem Grubu

Çalışmanın evrenini Alanya destinasyonunda faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında veri elde etmek amacıyla oluşturulan anket formu Kasım-Aralık döneminde faaliyette bulunan konaklama işletmeleri sahipleri, yöneticiler ve departman yöneticilerine uygulanmıştır.

5.2.4. Veri Toplama Yöntemi

Çalışma kapsamında ihtiyaç duyulan birincil verilerin elde edilmesinde anket formlarından yararlanılmıştır. Bu kapsamda 43 sorudan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. 43 sorunun 16’sı demografik soru, 2’si bilgi sorusu 25’i ise 5’li likert tipi önermedir. 25 soruluk 5’li likert tipi ölçek konaklama işletmesi yöneticilerinin halka açılma yoluyla fon elde edilmesine bakış açısını belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Ölçek sorularının oluşturulmasında Saraç ve Bozkurt (2011)’dan yararlanılmıştır.

Oluşturulan anket formu Kasım ve Aralık ayında açık olan ve uygulama yapmayı kabul eden toplam 178 işletmede görev yapan 186 kişiye ulaştırılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analize tabi tutulmuş ve elde edilen veriler istatistiksel veriler ışığında yorumlanarak sonuca gidilmeye çalışılmıştır. 5’li likert ölçeğine göre hazırlanan anket sorularını barındıran ölçek öncelikli olarak güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Analiz neticesinde ölçek güvenilirliğinin $\alpha=0,834$ gibi yüksek bir değerde olduğu görülmüştür. 5’li likert ölçeği 1-5 aralığında değerlendirilmiştir. Ölçekteki dereceleme sayılarının anlamı aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

- 1: Kesinlikle Katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Kararsızım
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle Katılıyorum

5.2.5. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmanın test edilecek hipotezleri Tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5. Hipotezler

A	H0	GİP’e yönelik olumsuz tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur
	H1	GİP’e yönelik olumsuz tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır
B	H0	GİP’e yönelik olumlu tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur
	H1	GİP’e yönelik olumlu tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır
C	H0	GİP’e yönelik olumlu tutum ile olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki yoktur
	H1	GİP’e yönelik olumlu tutum ile olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır
D	H0	İşletmenin faaliyet türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	İşletmenin faaliyet türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
E	H0	Eğitim seviyesi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Eğitim seviyesi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
F	H0	Sermaye piyasası vb. eğitim alma ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Sermaye piyasası vb. eğitim alma ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
G	H0	Sektör deneyimi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Sektör deneyimi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
H	H0	Çalışma pozisyonu ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Çalışma pozisyonu ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
I	H0	Çalışan sayısı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Çalışan sayısı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
J	H0	Yöneticilik deneyimi süresi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Yöneticilik deneyimi süresi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
K	H0	İşletmenin sınıfı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	İşletmenin sınıfı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
L	H0	Aylık gelir düzeyi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Aylık gelir düzeyi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
M	H0	İşletmenin türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	İşletmenin türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır
N	H0	Pansiyon tipi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur
	H1	Pansiyon tipi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır

Çalışmanın bundan sonraki kısmında GİP’e yönelik olumsuz tutum GOLTZ, GİP’e yönelik olumlu tutum GOLT, GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı için HABA notasyonu kullanılacaktır.

5.3. Araştırma Verilerinin Analizi ve Değerlendirilmesi

Ankete katılan kişilerin %60'ını muhasebe ve finans müdürü, ön büro müdürü, genel müdür ve işletme sahibi oluşturmaktadır. Bu durum, iş yerindeki pozisyonu itibariyle çalışmadaki verilerle doğrudan ilişkili kişilere anket uygulanarak çalışmanın yürütüldüğünü göstermektedir. Katılımcıların %40'lık kısmını ise yiyecek ve içecek müdürü ile diğer kademe yöneticileri oluşturmaktadır.

Katılımcıların %38'i lisans mezunu, %13'ü ise lisansüstü eğitim görmüştür. Katılımcıların %29'u sermaye piyasası, bankacılık, finans veya ekonomi eğitimi almış, %16'sı ise eğitim almayı düşünmektedir. Katılımcıların %34'ü sektörde 20 yıl ve üzeri deneyime sahipken, %44,60'ı 10 yıl ve üzeri yöneticilik deneyimine sahiptir.

Araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin %91'i 5 yıldızlı ve %72'si sezonluk/mevsimlik faaliyette bulunmaktadır. İşletmelerin %37'si 200 ve üzeri çalışana sahiptir. Otellerin işletme türlerine göre dağılımında bağımsız yerli statüsünde faaliyet gösteren oteller %66'lık bir paya sahiptir.

Tablo 6. Konaklama İşletmeleri ve Katılımcılara İlişkin Özellikler

Katılımcılara İlişkin Özellikler					
Cinsiyet	N	%	Sektör Deneyimi	N	%
Kadın	33	17,7	10 yıl ve altı	56	30,8
Erkek	153	82,3	11-19 yıl arası	64	35,2
Toplam	186	100	20 yıl ve üzeri	62	34,1
			Toplam	182	100
Eğitim Durumu	N	%	Katılımcı Yaşı	N	%
İlköğretim	7	3,9	30 yaş ve altı	41	22,0
Lise	51	28,3	31-35 yaş arası	36	19,4
Ön lisans	29	16,1	36-40 yaş arası	48	25,8
Lisans	69	38,3	41-45 yaş arası	32	17,2
Lisansüstü	24	13,3	46 yaş ve üzeri	29	15,6
Toplam	180	100	Toplam	186	100
Aylık Gelir	N	%	Pozisyon	N	%
2000 TL ve altı	33	18,8	İşletme Sahibi	10	5,4
2001-3000 TL arası	80	45,5	Genel Müdür	27	14,5
3001-4000 TL arası	33	18,8	Muhasebe ve Finans Müdürü	45	24,2
4001-5000 TL arası	11	6,3	Yiyecek İçecek Müdürü	20	10,8
5001-7000 TL arası	15	8,5	Ön Büro Müdürü	30	16,1
7001 TL ve üzeri	4	2,3	Diğer Yönetim Kademesi (Güvenlik, Teknik Servis, Kat Hizmetleri Sorumlusu)	54	29,0
Toplam	176	100	Toplam	186	100
Bu Oteldeki Çalışma Süresi	N	%	Yöneticilik Deneyimi	N	%
1-3 yıl arası	69	37,7	1-4 yıl arası	34	19,4
4-9 yıl arası	52	28,4	5-9 yıl arası	63	36,0
10 yıl ve üzeri	62	33,9	10 yıl ve üzeri	78	44,6
Toplam	183	100	Toplam	175	100
Sermaye piyasası, finans, bankacılık veya ekonomi eğitimi alma durumu	N	%	Konaklama İşletmelerine İlişkin Özellikler		
Evet	53	28,8	Faaliyet Süresi	N	%
Hayır	102	55,4	Tam zamanlı	51	28,3
Almayı Düşünüyorum	29	15,8	Sezonluk	129	71,7
Toplam	184	100	Toplam	180	100

Tablo 6. (devamı)

Aktif Büyüklük	N	%	Çalışan Sayısı	N	%
(Yetersiz Veri)	-	-	0-99 kişi arası	69	40,8
İşletme Türü	N	%	100-199 kişi arası	38	22,5
Uluslararası Zincir	19	10,7	200 ve üzeri kişi	62	36,7
Ulusal Zincir	29	16,3	Toplam	169	100
Bağımsız Yerli	117	65,7			
Bağımsız Yabancı	13	7,3			
Toplam	178	100	İşletme Sınıfı	N	%
Pansiyon Tipi	N	%	3 yıldız	9	5,1
Yarım ve Tam pansiyon	36	19,5	4 yıldız	75	42,1
Herşey dâhil	106	57,3	5 yıldız	91	51,1
Ultra herşey dâhil	43	23,2	Diğer	3	1,7
Toplam	185	100	Toplam	178	100

Anket katılımcılarına işletmelerinin kullanmakta olduğu finansal araçları belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların burada birden fazla finansman aracını işaretleyebilmelerine imkan tanınmıştır. Tablo 7’de işletmelerin kullanmakta olduğu finansal araçlar görülmektedir. Verilen cevaplar çoklu cevaplar (multiple response) yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Buna göre turizm işletmelerinin fon sağlamak amacıyla en çok kullandığı finansal araç %89,7’lik oranla banka kredisidir. İkinci sırada %86,9’luk oranla kredi kartı bulunurken üçüncü sırada %15,4’lük oranla satıcı kredisi bulunmaktadır. Bunları sırasıyla %12,6’lık oranla leasing, %3,4’lük oranla factoring, %2,9’luk oranlarla risk sermayesi ve halka açılma, %2,3’lük oranla diğer seçenekler bulunmaktadır.

Tablo 7. Turizm İşletmelerinin Kullanmakta Olduğu Finansal Araçlar

Finansal Araçlar	N	%	Örneklem İçerisindeki Payı (%)
Banka Kredisi	157	41,5	89,7
Kredi Kartı	152	40,2	86,9
Satıcı Kredisi	27	7,1	15,4
Leasing	22	5,8	12,6
Factoring	6	1,6	3,4
Risk Sermayesi	5	1,3	2,9
Halka Açılma	5	1,3	2,9
Diğer	4	1,1	2,3
Toplam	378	100	216

*Katılımcılar birden fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Katılımcıların GİP hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarına yönelik anket sorusundan elde edilen cevaplar Tablo 8’de verilmektedir.

Tablo 8. Gelişen İşletmeler Piyasası Hakkında Bilginiz Var Mı?

	N	%
Evet	99	55,0
Hayır	52	28,9
Boş	35	16,1
Toplam	186	100

Gelişen işletmeler piyasası (GİP) hakkında bilginiz var mı sorusuna verilen cevaplara ilişkin istatistikte katılımcıların %55’i konu hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtirken, %28,9’u bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların %16,1’i ise bu soruya cevap vermemiştir.

Tablo 9’da 5’li likert ölçeğine göre turizm işletmelerini GİP’ten uzaklaştıran etkenler ölçeğinde yer alan önermelere verdikleri cevapların ortalamaları ile belirtilen ifadelerin sayı ve yüzdeleri verilmektedir.

Tablo 9. İşletmeleri GİP'ten Uzaklaştıran Etkenlere İlişkin Önermelere Katılımın Ortalamaları ve Dağılımları

GİP'e Yönelik Olumsuz Tutum (GOLZT) Ölçeği		Ort.	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
Sıra No	İşletmeleri GİP'ten Uzaklaştıran Etkenlere İlişkin Önermeler		\bar{X}	N	%	N	%	N	%	N	%	N
1	İşletmelerin, GİP Yoluyla Halka Açılmasına İhtiyacı Yoktur	2,68	40	24,2	19	11,5	66	40,0	34	20,6	6	3,6
2	GİP Yoluyla Halka Açılma Konusunda Bilgi Eksikliği Bulunmaktadır	3,30	19	11,3	19	11,3	48	28,0	57	34,5	25	14,9
3	GİP Yoluyla Halka Açılmada Mali Piyasalara Güvensizlik Duyulmaktadır	3,28	16	9,4	53	12,9	53	31,0	22	33,9	22	12,9
4	GİP Yoluyla Halka Açılmanın Maliyetli Olduğunu Düşünüyorum	3,09	26	14,7	23	13,0	58	32,8	49	27,7	21	11,9
5	Halka Açık Şirketlere Vergi Teşvikinin Olmaması, GİP Yoluyla Halka Açılmaya Engel Olmaktadır	3,28	23	12,9	15	8,4	62	34,8	46	25,8	32	18,0
6	GİP Yoluyla Halka Açılmak Bağımsız Denetim Yükümlülüğü Getirecektir	3,54	13	7,4	15	8,6	50	28,6	58	33,1	39	22,3
7	GİP Yoluyla Halka Açılmak Vergi Yükünü ve SGK Primlerini Artıracaktır	3,28	25	14,0	15	8,4	52	29,2	58	32,6	28	15,7
8	GİP Yoluyla Halka Açılmak Bürokratik İşlemleri Artıracaktır	3,58	12	7,1	16	9,4	45	26,5	55	32,4	42	24,7
9	GİP Yoluyla Halka Açılmak İşletme Kontrolünü Kaybetme Endişesi Yaratmaktadır	2,97	34	19,2	24	13,6	52	29,4	48	27,1	19	10,7
10	GİP Yoluyla Halka Açılmakla Birlikte Kamuyu Aydınlatma Yükümlülüğü Rekabeti Olumsuz Etkileyecektir	2,68	42	23,7	29	16,4	62	35,0	32	18,1	12	6,8
11	GİP Yoluyla Halka Açılmakla Şirket Değerinin Olduğundan Daha Düşük Tespit Edilmesi Riski Doğacaktır	2,93	30	16,9	26	14,7	66	37,3	36	20,3	19	10,7
	<i>İşletmeleri GİP'ten Uzaklaştıran Etkenlere İlişkin Önermelerin Ortalaması</i>	3,15										

İşletmeleri GİP'ten uzaklaştıran etkenler ölçeğinde yer alan görüşler incelendiğinde, çalışma kapsamındaki işletmelerin GİP yoluyla halka açılmanın bürokratik işlemleri artıracak önermesine verdikleri cevabın ortalaması ($\bar{X} = 3,58$) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca bu önermeye işletmelerin %32,40'lık bir kısmının katıldığı görülmektedir.

İşletmelerin, GİP yoluyla halka açılmalarının bağımsız denetim yükümlülüğü getireceği önermesine %33,1 oranında katıldıkları belirlenmiştir ($\bar{X} = 3,54$). Katılımcıların %34,5'i, GİP yoluyla halka açılma konusunda bilgi eksikliğinin bulunduğu önermesine katıldıklarını ifade etmişlerdir ($\bar{X} = 3,30$).

İşletmelerin GİP yoluyla halka açılmasına ihtiyacı yoktur önermesi ile halka açılmakla birlikte kamuyu aydınlatma yükümlülüğünün rekabeti olumsuz etkileyeceği önermeleri aynı ortalamaya sahip olmakta ($\bar{X} = 2,68$) ve bu değer

küçüklüğü katılımcıların tamamen GİP'e soğuk bakmadıkları sonucuna götürmektedir. İlk önermede katılımcıların %40'ı, diğer önermede ise %35'i bu konuda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir.

İfadelere katılımda "kararsızım" görüşünün oldukça fazla olması ve bu bağlamda ölçeğin ortalamasının 3,15 değerine sahip olması, araştırmaya alınan turizm işletmelerinin GİP yoluyla halka açılma konusunda bilgi eksikliğinin bulunduğu işaret etmektedir.

Tablo 10. İşletmeleri GİP'e Yönelten Etkenlere İlişkin Önermelere Katılımın Ortalamaları ve Dağılımları

GİP'e Yönelik Olumlu Tutum (GOLT) Ölçeği		Ort.	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
Sıra No	İşletmeleri GİP'e Yönelten Etkenlere İlişkin Önermeler		\bar{X}	N	%	N	%	N	%	N	%	N
12	GİP Yoluyla Halka Açılmak Büyüme Yatırımlarına Finansman Sağlayacaktır	3,71	6	3,4	18	10,1	44	24,7	64	36,0	46	25,8
13	GİP Yoluyla Halka Açılmak Mevcut Borçları Azaltacak Bir Finansman İmkânı Sağlayacaktır	3,70	7	3,9	16	9,0	41	23,0	74	41,6	40	22,5
14	GİP Yoluyla Halka Açılmak İşletmeye Sermaye Girişi Sağlayacaktır	3,85	2	1,1	8	4,5	46	26,0	80	45,2	41	23,2
15	GİP Yoluyla Halka Açılmak İkincil Halka Arz Ve Sermaye Artırımı İmkânı Sunacaktır	3,70	3	1,7	13	7,3	52	29,1	77	43,0	34	19,0
16	GİP Yoluyla Halka Açılmak Kredi Pazarlarına Daha Düşük Maliyetle Ve Kolay Ulaşımı Sağlayacaktır	3,46	9	5,1	21	11,9	55	31,3	63	35,8	28	15,9
17	GİP Yoluyla Halka Açılmak Diğer Finansal Araçları Kullanma İmkânı Sunacaktır	3,69	6	3,4	12	6,7	52	29,2	70	39,3	38	21,3
18	GİP Yoluyla Halka Açılmak Kurucuların ve Diğer Ortakların Yatırımlarını Likidite Etme İmkânı Sağlayacaktır	3,46	11	6,3	24	13,8	49	28,2	54	31,0	36	20,7
19	GİP Yoluyla Halka Açılmak Şirkete Değer Katacaktır	3,81	10	5,8	7	4,0	40	23,1	65	37,6	51	29,5
20	GİP Yoluyla Halka Açılmak Şahsi Risklerden Kurtulma İmkânı Verecektir	3,40	17	9,6	18	10,2	55	31,1	51	28,8	36	20,3
21	GİP Yoluyla Halka Açılmak Şeffaflığı Sağlayacaktır	3,75	8	4,6	11	6,3	44	25,1	65	37,1	47	26,9
22	GİP Yoluyla Halka Açılmak Nitelikli Personele Ulaşma İmkânı Sağlayacaktır	3,55	9	5,1	20	11,2	52	29,2	59	33,1	38	21,3
23	Halka Açılmak Uluslararası Piyasalarda Bilinirliği Artıracaktır	3,69	9	5,0	19	10,6	44	24,6	54	30,2	53	29,6
24	Halka Açılmak Ticari Şöhret ve İtibarı Yükseltecektir	3,73	8	4,5	15	8,4	39	21,9	71	39,9	45	25,3
25	Halka Açılmak Kurumsallaşmaya Yardımcı Olacaktır	3,97	7	3,9	8	4,5	34	19,0	65	36,3	65	36,3
	<i>İşletmeleri GİP'e Yönelten Etkenlere İlişkin Önermelerin Ortalaması</i>	3,67										

İşletmeleri GİP'ten uzaklaştıran etkenler (GOLZT ölçeği) ile işletmeleri GİP'e yönelten etkenler (GOLT ölçeği) birlikte ele alındığında GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı (HABA ölçeği)'ne ulaşılmakta ve bu ölçeğin genel ortalaması 3,44 olarak hesaplanmaktadır.

İşletmeleri GİP'e yönelten etkenler ölçeğinde yer alan görüşler incelendiğinde, çalışma kapsamındaki işletmelerin "GİP yoluyla halka açılmak kurucuların ve diğer ortakların yatırımlarını likidite etme imkanı sağlayacaktır" önermesine katılım

ortalamasının ($\bar{X} = 3,97$) olduğu görülmüştür. Ayrıca bu önermeye işletmelerin %36,3'lik bir kısmının kesinlikle katıldığı tespit edilmiştir.

İşletmelerin, GİP yoluyla halka açılmak işletmeye sermaye girişi sağlayacaktır önermesine %45,20 oranında katıldıkları belirlenmiştir ($\bar{X} = 3,85$). Katılımcıların %37,6'sı GİP aracılığıyla halka açılmak şahsi risklerden kurtulma imkânı verecektir önermesine katıldıklarını ifade etmişlerdir ($\bar{X} = 3,81$). Ayrıca %39,9 oranında GİP yoluyla halka açılmanın şirketin kurumsallaşması yolunda önemli katkısı olacağı görüşü de ($\bar{X} = 3,73$) ağır basmaktadır.

İşletmeleri GİP'e yönelten etkenler ölçeğinde yer alan ifadelerle katılım ortalamasının 3,67 değerinde olması çalışma kapsamındaki turizm işletmelerinin genel olarak GİP'de halka açılmaya sıcak baktıklarını göstermektedir. Bunun yanı sıra GİP'in işletmelere sağlayacağı yararlar konusunda katılımcılara yöneltilen önermelere verdikleri ifadelerden turizm işletmeleri yöneticilerinin GİP'in işletmelere finans, insan kaynakları, şirket değeri, marka değeri, şöhret, itibar ve kurumsallaşma anlamında önemli katkılar sağlayacağına inandıkları ortaya çıkmaktadır. Böylece işletmelerin halka açılmaya yönelik tutumlarının genel olarak olumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 11'de, Tablo 9 ve Tablo 10'da yer alan 1-25 arası hipotezlerin tümünü kapsayan otellerde çalışan yöneticilerin/birim amirlerinin GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açıları (HABA), GİP'e yönelik olumsuz tutumları (Tablo 9-GOLZT) ve GİP'e yönelik olumlu tutumları (Tablo 10-GOLT) arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan korelasyon analizinden elde edilen sonuçlar yer almaktadır. Analiz sonuçlarından elde edilen bulgular aşağıda yorumlanmaktadır.

Katılımcıların GİP'e yönelik olumsuz tutumları ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açıları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır ($r = -0,717$; $p = 0,000 < 0,01$). Bu durum katılımcıların GİP'e yönelik olumsuz tutumlarındaki bir artışın veya azalışın GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısında ters yönde bir etkiye yol açtığını ortaya koymaktadır. Böylece Tablo 5'de yer alan A- H0 Hipotezi reddedilmiş, A - H1 Hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların GİP'e yönelik olumlu tutumu ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır ($r = 0,875$; $p = 0,000 < 0,01$). Bu durum katılımcıların GİP'e yönelik olumlu tutumlarındaki bir artışın veya azalışın GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısında aynı yönde bir etkiye yol açtığını ortaya koymaktadır. Böylece B - H0 Hipotezi reddedilmiş, B - H1 Hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların GİP'e yönelik olumlu tutumları ile olumsuz tutumları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır ($r = -0,290$; $p = 0,034 < 0,05$). Bu durum katılımcıların GİP'e yönelik olumlu tutumlarındaki bir artışın katılımcıların olumsuz tutumlarında bir azalışa, yine aynı şekilde GİP'e yönelik olumlu tutumdaki bir azalışın olumsuz tutumda bir artış meydana getireceğini ortaya koymaktadır. Böylece C- H0 Hipotezi reddedilmiş, C - H1 Hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. Boyutlararası İlişkilere Yönelik Korelasyon Analizi

DEĞİŞKENLER	HABA	GOLZT	GOLT
HABA	1		
GOLZT	- ,717**	1	
GOLT	,875**	- ,290*	1
**0,01'e göre anlamlı			
*0,05'e göre anlamlı			

Katılımcıların ölçeğe yer alan önermelere vermiş oldukları cevapların katılımcı özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek amacıyla farklılık testleri uygulanmıştır. Test öncesinde önermelerin toplanması yoluyla elde edilen faktör boyutlarının parametrik testlere uygun olup olmadığı tespit edilmiştir. Faktör boyutlarının Kolmogorov-Simirnov testine tabi tutulmasıyla elde edilen sonuçlar Tablo 12'de yer almaktadır.

Tablo 12. Kolmogorov-Simirnov Test Sonuçları

Değişkenler	HABA	GOLZT	GOLT
N	186	186	186
Ortalama (\bar{X})	3,44	3,15	3,67
Std. Sapma	,483	,556	,628
Kolmogorov-Simirnov Z	,981	1,156	,938
Sig (p)	,291	,138	,342

Tablo 12'de görüldüğü üzere HABA ($Z = 0,981$; $p = 0,291 > 0,05$), GOLZT ($Z = 1,156$; $p = 0,138 > 0,05$) ve GOLT ($Z = 0,938$; $p = 0,342 > 0,05$) değişkenlere ait anlamlılık derecelerinin tamamı $p > 0,05$ 'tir. Bu durumda verilerin normal dağıldığı ve üç değişkenin de parametrik testler için uygun bir yapıda olduğu söylenebilir. Bu nedenle farklılık testlerinden t-testi ve varyans analizi (ANOVA) yapılmasına karar verilmiştir.

Tablo 13. İşletmenin Faaliyet Türüne Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin t-Testi Sonuçları

HABA	İşletmenin Faaliyet Türü	N	\bar{X}	Std. Sapma	T	P(sig)
	Tam/Yarım Zamanlı	51	3,42	,481	-,133	,894
	Sezonluk	129	3,43	,486		

Tablo 13’de GİP aracılığıyla halka açılmaya bakışın, işletmenin faaliyet türüne göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan t-testi sonuçları verilmektedir. Test sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($t = -0,133$; $p = 0,894 > 0,05$). Böylece D-H0 Hipotezi kabul edilirken D-H1 Hipotezi reddedilmiştir. Buna göre GİP aracılığıyla halka açılmaya ilişkin hem tam/yarım zamanlı hem de sezonluk çalışan otellerin anket katılımcılarının bakış açılarının aynı olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Eğitim Seviyesine Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Eğitim Durumu	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
İlköğretim Lise	58	3,41	,406	,053	1,373	,253
Ön lisans	29	3,60	,651	,120		
Lisans	69	3,39	,494	,059		
Lisansüstü	24	3,42	,383	,078		
Toplam	180	3,43	,486	,036		

Katılımcıların eğitim durumları ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda ön lisans mezunu olan katılımcıların ($\bar{X} = 3,60$) GİP yoluyla halka açılmaya ilişkin daha yüksek bir tutuma sahip olduğu görülsede bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı bir sonuç olmadığı tespit edilmiştir ($F = 1,373$; $p = 0,253 < 0,05$). Bu kapsamda E-H0 Hipotezi kabul edilmiş ve E-H1 Hipotezi ise reddedilmiştir.

Tablo 15. Sermaye Piyasası vb. Eğitim Alma Durumuna Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Sermaye Piyasası vb. Eğitim	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
Alanlar	53	3,61	,420	,057	5,442	,005
Almayanlar	102	3,35	,505	,050		
Almayı Düşünenler	29	3,40	,451	,083		
Toplam	184	3,43	,485	,035		

Katılımcıların sermaye piyasası vb. eğitim almaları ile GİP yoluyla halka açılmaya bakışa ilişkin anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucu anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($F = 5,442$; $p = 0,005 < 0,05$). Elde edilen bulgular neticesinde F- H0 Hipotezi reddedilmiş ve F- H1 Hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre sermaye piyasası vb. eğitim almayan ($\bar{X} = 3,35$) ve almayı düşünen ($\bar{X} = 3,40$) katılımcıların GİP yoluyla halka açılmaya ilişkin bakış açısı, sermaye piyasası vb. eğitim alan katılımcılara oranla ($\bar{X} = 3,61$) daha düşük seviyededir.

Tablo 16. Sektör Deneyimine Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Sektör Deneyimi	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
10 yıl ve altı	56	3,42	,413	,055	,092	,913
11-19 yıl arası	64	3,42	,481	,058		
20 yıl ve üzeri	62	3,45	,574	,073		
Toplam	182	3,43	,487	,036		

Katılımcıların sektör deneyimleri ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda sektör deneyimlerine göre katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($F = 0,092$; $p = 0,913 > 0,05$). Buna göre G- H1 Hipotezi reddedilerek G- H0 Hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 17. Çalışma Pozisyonuna Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Pozisyon	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
İşletme Sahibi	10	3,39	,282	,089	,474	,795
Genel Müdür	27	3,48	,424	,082		
Muhasebe ve Finans Müdürü	45	3,50	,482	,072		
Yeme İçme (F&B) Müdürü	20	3,49	,536	,120		
Ön Büro Müdürü	30	3,40	,643	,117		
Diğer	54	3,37	,425	,058		
Toplam	186	3,44	,483	,035		

Katılımcıların işletmedeki pozisyonları ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda muhasebe ve finans müdürlerinin ($\bar{X}=3,50$) diğer katılımcılardan daha yüksek bir tutuma sahip görülmüş ancak bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı bir sonuç olmadığı tespit edilmiştir ($F=0,474$; $p=0,795>0,05$). Buna göre, H- H1 Hipotezi reddedilerek, H- H0 Hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 18. Çalışan Sayısına Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Çalışan Sayısı	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
1-99 Kişi arası	69	3,53	,454	,054	3,194	,044
100-199 Kişi arası	38	3,29	,499	,081		
200 Kişi ve Üzeri	62	3,47	,509	,065		
Toplam	169	3,45	,491	,038		

Katılımcıların görev yaptıkları işletmedeki çalışan sayısı ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ($F=3,194$; $p=0,044<0,05$). Buna göre, 1-99 arası çalışana sahip olan ($\bar{X}=3,53$) ve 200 ve üzeri çalışana ($\bar{X}=3,47$) sahip olan işletmede görev yapan katılımcıların tutumlarının, 100-199 arası çalışana sahip olan işletmede görev yapan katılımcıların tutumlarına ($\bar{X}=3,29$) göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre I- H0 Hipotezi reddedilerek, I- H1 Hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 19. Yöneticilik Deneyimi Süresine Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Deneyim Süresi	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P
1-4 Yıl arası	34	3,43	,455	,076	,084	,920
5-9 Yıl arası	63	3,46	,512	,064		
10 Yıl ve Üzeri	78	3,42	,495	,056		
Toplam	175	3,44	,489	,037		

Katılımcıların yöneticilik deneyimi süreleri ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda deneyim süresine göre katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($F=0,084$; $p=0,920>0,05$). Elde edilen bu bulgular çerçevesinde J- H1 Hipotezi reddedilmiş ve J- H0 Hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 20. İşletmenin Sınıfına Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

İşletme Sınıfı	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
3 Yıldız	9	3,61	,474	,158	,958	,414
4 Yıldız	75	3,45	,439	,050		
5 Yıldız	91	3,41	,534	,056		
Diğer	3	3,10	,313	,180		
Toplam	178	3,43	,491	,036		

İşletmenin sınıfı ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda aritmetik ortalamaların birbirine oldukça yakın olduğu belirlenmiş ve işletmenin sınıfına

göre katılımcıların GİP yoluyla halka açılmaya bakışları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($F= 0,958$; $p= 0,414>0,05$). Böylece K- H1 Hipotezi reddedilerek K- H0 Hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 21. Gelir Durumuna Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Aylık Gelir	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
2000 TL ve altı	33	3,25	,614	,107	2,174	,093
2001-3000 TL arası	80	3,48	,490	,055		
3001-4000 TL arası	33	3,53	,386	,067		
4001 TL ve üzeri	30	3,44	,401	,073		
Toplam	176	3,44	,490	,037		

Katılımcıların aylık gelir durumları ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda aritmetik ortalamaların birbirine oldukça yakın olduğu görülmüş ve aylık gelir durumuna göre katılımcıların GİP yoluyla halka açılmaya bakışları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($F= 2,174$; $p= 0,093>0,05$). Böylece L- H1 Hipotezi reddedilmiş, L- H0 Hipotezi ise kabul edilmiştir.

Tablo 22. İşletme Türüne Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

İşletme Türü	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
Uluslararası Zincir	19	3,25	,472	,108	3,092	,028
Ulusal Zincir	29	3,33	,645	,120		
Bağımsız Yerli	117	3,52	,442	,041		
Bağımsız Yabancı	13	3,27	,366	,101		
Toplam	178	3,44	,488	,036		

Katılımcıların çalıştıkları işletme türü ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ($F= 3,092$; $p= 0,028<0,05$).

Buna göre, bağımsız yerli işletmede çalışan ($\bar{X} = 3,52$) katılımcıların tutumlarının, diğer katılımcıların tutumlarına göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Böylece M- H0 Hipotezi reddedilmiş, M- H1 Hipotezi ise kabul edilmiştir.

Tablo 23. Pansiyon Tipine Göre GİP Aracılığıyla Halka Açılmaya Bakışa İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Pansiyon Tipi	N	\bar{X}	Std. Sapma	Std. Hata	ANOVA	
					F	P(sig)
Yarım ve Tam Pansiyon	36	3,44	,576	,096	,557	,574
Herşey Dâhil	106	3,46	,357	,034		
Ultra Herşey Dâhil	43	3,37	,650	,099		
Toplam	185	3,43	,484	,035		

Katılımcıların çalıştıkları pansiyon (konaklama) tipi ile GİP yoluyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda aritmetik ortalamaların birbirine oldukça yakın olduğu görülmüş ve çalışılan pansiyon türüne göre katılımcılar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($F= 0,557$; $p= 0,574>0,05$). Böylece N- H1 Hipotezi reddedilmiş, N- H0 Hipotezi ise kabul edilmiştir.

Tablo 24. Çalışma Kapsamında Test Edilen Hipotezler

		Hipotezler	Kabul (K) Red (R)
A	H0	GİP'e yönelik olumsuz tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur	R
	H1	GİP'e yönelik olumsuz tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır	K
B	H0	GİP'e yönelik olumlu tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur	R
	H1	GİP'e yönelik olumlu tutum ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır	K
C	H0	GİP'e yönelik olumlu tutum ile olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki yoktur	R

	H1	GİP'e yönelik olumlu tutum ile olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır	K
D	H0	İşletmenin faaliyet türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	İşletmenin faaliyet türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
E	H0	Eğitim seviyesi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	Eğitim seviyesi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
F	H0	Sermaye piyasası vb. eğitim alma ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	R
	H1	Sermaye piyasası vb. eğitim alma ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	K
G	H0	Sektör deneyimi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	Sektör deneyimi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
H	H0	Çalışma pozisyonu ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	Çalışma pozisyonu ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
I	H0	Çalışan sayısı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	R
	H1	Çalışan sayısı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	K

Tablo 24 (devamı)

J	H0	Yöneticilik deneyimi süresi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	Yöneticilik deneyimi süresi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
K	H0	İşletmenin sınıfı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	İşletmenin sınıfı ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
L	H0	Aylık gelir düzeyi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	Aylık gelir düzeyi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R
M	H0	İşletmenin türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	R
	H1	İşletmenin türü ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	K
N	H0	Pansiyon tipi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık yoktur	K
	H1	Pansiyon tipi ile GİP aracılığıyla halka açılmaya bakış arasında anlamlı bir farklılık vardır	R

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm sektörü emek yoğun yapıya sahip bir hizmet sektördür. Turizm kaynakları tüketicilerin (turistlerin) ayağına götürülemede ve olduğu yerde tüketilmektedir. Birçok ülkede turizm işletmeleri sezonluk faaliyet gösterebilmektedir. Özellikle ana çekim unsuru deniz-güneş-kum üçlüsü olan destinasyonlarda sezonluk faaliyet gösterme oranı daha da yüksek olmaktadır. Tüm bu unsurların yanı sıra turizm işletmelerinin sunduğu hizmeti depolamak ve sonra satmak gibi bir şansı yoktur. Bir konaklama işletmesi boş odasını o gün için satamazsa bu durum işletme açısından bir kayıp olmaktadır. Bu kaybı en aza indirmek için turizm işletmelerinin ürün çeşitlendirmesi yaparak tesislerinin imkân ve kabiliyetlerini arttırması gerekmektedir. Bu durum turizm işletmelerinin duran varlık (bina, araç, tesis vb.) yatırımı yapmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Duran varlık yatırımları ise uzun vadeli yabancı kaynak kullanımıyla mümkün olmaktadır. Söz konusu yabancı

kaynaklar banka kredileri, satıcı kredileri, leasing, factoring, kredi kartları, risk sermayesi, halka açılma gibi finansal araçlarla sağlanmaktadır.

Bu çalışmada turizm işletmelerinin kullandığı finansal kaynaklara bakıldığında, banka kredilerinin %41,5 ile ilk sırada yer aldığı görülmüştür. Genellikle banka kredilerinin kolay ulaşılabilir olması, geri ödemelerin istenilen vadeye yayılabilmesi, duran varlıkların finansmanına olanak sağlaması, işletmenin hızla büyüme oluşturma, mevsimlik hareketler, işletmenin zarar etmesi veya hedeflenen kara ulaşamaması, yeni tesislerin inşa edilmesi gereksinimi, beklenmeyen olağanüstü olayların gerektirdiği harcamaların finanse edilme zorunluğu gibi durumlar işletmelerin banka kredisi kullanımını ilk sırada tercih etmelerinin nedenleri arasında sayılabilir.

Turizm işletmelerinin bir diğer finansal kaynağı kredi kartları olmaktadır (%40,2). Kredi kartlarının kolay ulaşılabilir olması, nakit para taşıma ihtiyacını en aza indirmesi, taksitli ödeme imkânı sunması, kısa vadeli kredilerde faizsiz kullanım imkanı sunması turizm işletmecileri tarafından tercih edilmesine yol açmaktadır.

Satıcı kredisi, leasing, factoring ve risk sermayesi ise konaklama işletmelerinin kullandığı diğer finansal araçlar olarak sıralanmaktadır. Çalışmada finansal araç olarak halka açılma stratejisini kullanma oranının örneklem içerisindeki payı %2,9'dur. Bu oranın düşük olması otel sahipleri ve yöneticilerinin halka arz yoluyla finansal kaynak elde etmeye yönelik tutumlarıyla yakından ilişkilidir. Özellikle GİP yoluyla halka açılmanın bürokratik işlemleri arttıracak olması, bağımsız denetim yükümlülüğü getirmesi, halka arz konusunda bilgi eksikliğini bulunması, halka açılan işletmelere vergi teşvikinin olmaması bunun yanı sıra vergi yükünü ve SGK primlerini arttıracak olması, mali piyasalara duyulan güvensizlik, GİP yoluyla halka arzın maliyetli olduğunun düşünülmesi gibi etkenler turizm işletmelerini GİP yoluyla halka açılmalarını engelleyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm sektörü temsilcilerinin GİP yoluyla halka açılmaya bakış açıları kadar, yatırımcıların turizm sektörüne bakış açıları da önemlidir. Kişilerin herhangi bir sektöre yatırım yapmalarını etkileyen temel unsur, tasarrufların en az riskle gelir getirici yatırıma dönüştürülebilmesidir. Turizm sektörü temel yapısı itibarıyla yatırımcılar açısından uzun dönemli bir yatırım alanı olarak durmamaktadır. Sektörün mevsimsel özelliği yatırımcılar açısından olumsuz bir imaj oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgularda da görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmelerin yaklaşık %72'si sezonluk faaliyet göstermektedir. İşletmelerin bu yapısı işletme yöneticilerini halka açılma düşüncesinden uzak tutarken, yatırımcıların turizm sektörüne yatırım kararı almalarına engel teşkil etmektedir.

GİP yoluyla halka açılmanın kurumsallaşmaya yardımcı olması, işletmelere yeni sermaye girişi sağlama potansiyeli vermesi, şirkete değer katması, şeffaflık sağlaması, ticari şöhret ve itibarın yükseltilmesine katkı sağlaması, büyüme yatırımlarına finansman sağlayacağı düşüncesi, mevcut borçları azaltacağı yönündeki beklenti, ikincil halka arz ve sermaye artırım imkanı vermesi, diğer finansal araçları kullanma imkanı sunması, piyasalarda bilinirliği artırması, nitelikli personele ulaşma imkanı sunması, kredi pazarlarına daha düşük maliyetle ve kolay ulaşım sağlaması, kurucular ve diğer ortaklar için yatırımlarını likitide etme şansı sunması, şahsi risklerden kurtulma imkanı vermesi gibi etkenler turizm işletmesi sahiplerinin ve yöneticilerinin GİP yoluyla halka açılmaya sıcak bakmalarını sağlamaktadır.

Otel yöneticilerinin GİP'de halka açılma düşüncesini etkileyen bir diğer önemli unsur, sermaye piyasası vb. eğitimi alma durumlarıdır. Sermaye piyasası vb. eğitim olarak konu hakkında bilgi sahibi olan yöneticiler GİP yoluyla halka açılmaya daha sıcak bakmaktadır. Bu durum otel yöneticilerinin halka açılma konusunda bilgilendirilmelerinin önemini ve gerekliliğini ortaya koyan önemli bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgu ise ulusal işletmelerin, yabancı kaynaklı uluslararası işletmelere oranla halka açılma konusunda daha fazla istekli olmasıdır. Yabancı sermayeli konaklama işletmeleri hali hazırda yabancı paraya (döviz) sahip ve döviz ile finanse edilmektedir. Ulusal konaklama işletmeleri ise yerli kaynaklarla (TL) finanse edilmektedir. Özellikle yerli paranın döviz karşısında değer kaybetmesi ulusal işletmelerin yabancı işletmeler karşısında rekabet gücünü kaybetmesine neden olmaktadır.

Ulusal konaklama işletmelerinin yabancı sermayeli işletmeler karşısında zorlanmasına sebep olan bir diğer etken ise ulusal çıkarları göz önünde bulunduran ve uluslararası piyasada otorite sahibi olan tur operatörleriyle rekabet edebilecek güçte tur operatörlerinin olmamasıdır. Bu durum ulusal işletmelerin yabancı tur operatörleri karşısında pazarlık gücünü kırmakta ve elde edeceği kazancı düşürmektedir.

Turizm sektörünün uluslararası bir piyasa olduğu göz önüne alındığında, sektördeki rekabetin de uluslararası olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Özellikle aynı ürünü sunan destinasyonlarda bulunan işletmeler açısından bu rekabet büyük önem arz etmektedir. Çünkü işletmeler uluslararası piyasadan turist çekebilmek için benzer ürün sunan destinasyonlarda faaliyet gösteren tesislerden farklılaşmak ve bu farkı tüketici konumunda bulunan turistlere aktarmak zorundadır. Bu olayın gerçekleşebilmesi ise tesislerin AR-GE ve yenilik faaliyetlerine ağırlık vermesini gerektirmektedir. Sürekli değişen tüketici istek ve ihtiyaçları ile uluslararası piyasadaki güçlü rakipleri göz önüne aldığımızda AR-GE ve yenilik faaliyetlerinin süreklilik arz etmesi gerekliliğini ifade edebiliriz. Bu tür faaliyetlerin devam edebilmesi ise güçlü bir finansal yapı gerektirmektedir.

Halka açılmak konaklama işletmelerinin ihtiyaç duyduğu finansal kaynağı sağlayacak önemli bir araçtır. Ancak çalışmada tespit edildiği üzere halka açılma yoluyla finansal kaynak teminine yönelik işletme sayısı yalnızca 5'tir. Bunda yöneticilerin halka açılma konusundaki bilgi eksiklikleri ve halka açılmanın getireceği külfetlerin etkisi büyüktür. Ancak,

sektör tecrübesi bulunan katılımcıların halka açılmanın gerekli olduğu yönündeki düşüncesi, eğilimin halka açılma yönünde olduğunu ortaya koymaktadır.

Turizm sektörüne yönelik yürütülecek danışmanlık hizmetleri, işletmelerin daha hızlı ve kolay bir şekilde halka açılma yönünde karar almalarında etkili olacaktır. Yöneticilere sermaye piyasası ve halka açılma konularında verilecek eğitimlerde bu karar üzerinde önemli derecede etkili olacaktır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, mevsimsel (sezonluk) çalışan işletmelerin halka açılma yolunda başarı sağlayıp sağlayamayacağıdır. Çünkü yılın belirli aylarında faaliyet gösteren ancak sezon sonu faaliyetlerini durduran bir işletmenin yatırımcılar tarafından tercih edilme olasılığı düşüktür. Bu nedenle turizm işletmelerinin halka açılmalarında kurumsallaşmanın ve tam sezon faaliyet göstermenin önemi üzerine yapılacak bir çalışma bu kritik sorunun cevabını verebilecektir. Ayrıca, yatırımcıların turizm işletmelerine yatırım yapma yönündeki tutumları ve yatırım yapma-yapmama kararlarını etkileyen faktörler üzerine yapılacak bir çalışma da, yatırımcıların turizm işletmelerden neler beklediğinin anlaşılması adına önemli bulgular ortaya koyacaktır. Böylece halk açılmak isteyen turizm işletmeleri için önemli bir yol haritası hazırlanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Borsa İstanbul A.Ş. (2014). Cevaplarla Borsa ve Sermaye Piyasası, İstanbul: Borsa İstanbul A.Ş. Yayınları. http://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/Cevaplarla_Borsa_ve_Sermaye_Piyasasi.pdf
- Emre, Z. ve Budak A. (2006). Dünya Uygulamaları Çerçevesinde KOBİ Borsaları, Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği (TSPAKB), İstanbul: Printcenter.
- Gelişen İşletmeler Piyasası, (2014). Gelişen İşletmeler Piyasası Tanıtım Kitapçığı, Borsa İstanbul A.Ş. Pazarlama ve Satış Bölümü, İstanbul: Borsa İstanbul Anonim Şirketi Yayınları.
- GİP Yönetmeliği, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/08/20090818-13.htm>
- GİP Kılavuzu, (2011). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Gelişen İşletmeler Piyasası Müdürlüğü, İstanbul: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları.
- İMKB (2011). Cevaplarla Borsa ve Sermaye Piyasası, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yatırımcı Danışma Merkezi, İstanbul: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları.
- Karabulut, A. N. (2005). Büyük Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetleri, Muğla İli Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Met, Ö. M. (1989). Ağırlama-Hizmet İşletmelerinde Yönetim ve Yöneticilik, Balıkesir: İnce Ofset.
- Olah, H. ve Korzay, M. (1993). Otel İşletmeciliği, İstanbul: Beta Yayınları.
- Özdemir, E. ve Akpınar, A. T. (2002). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Çerçevesinde Alanya'daki Otel ve Tatil Köylerinde İnsan Kaynakları Profili, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(2), 85-105.
- Sönmez, A. (2008). KOBİ Borsalarının KOBİ Finansmanındaki Yeri: Dünya Uygulamaları ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saraç, M. ve Bozkurt, İ. (2011). KOBİ'lerin Halka Açılma Eğilimleri ve Gelişen İşletmeler Piyasası'nın KOBİ'lerin Halka Açılma İstekleri Üzerine Etkisi: Çankırı-Kastamonu-Sinop Bölgesi Örneği, Muhasebe Finansman Dergisi. 1(49), 89-98.
- Şener, B. (2001). Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yatbaz, A. (2013). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Halka Arz Yoluyla Finansmanı: Gelişen İşletmeler Piyasası (GİP), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <http://www.borsaistanbul.com>, E.T. 09.01.2015.
- <http://www.egemen.com/Hizmetlerimiz/gip-gelisen-isletmeler-piyasasi>, E.T. 09.01.2015.
- <http://www.ekinest.com/Statik/Sayfa/Gip.aspx>, E.T. 09.01.2015.
- <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Haberler.aspx?ref=606>, E.T. 15.01.2015
- http://www.altso.org.tr/images/stories/altso_genel_icerik/ekonomik_rapor2013.pdf, E.T. 18.03.2015.